المؤتمر الافتراضي الدولي الأول
العلوم الإنسانية والاجتماعية رؤية جديدة بعد الجائحة
24/23/22 ديسمبر2020

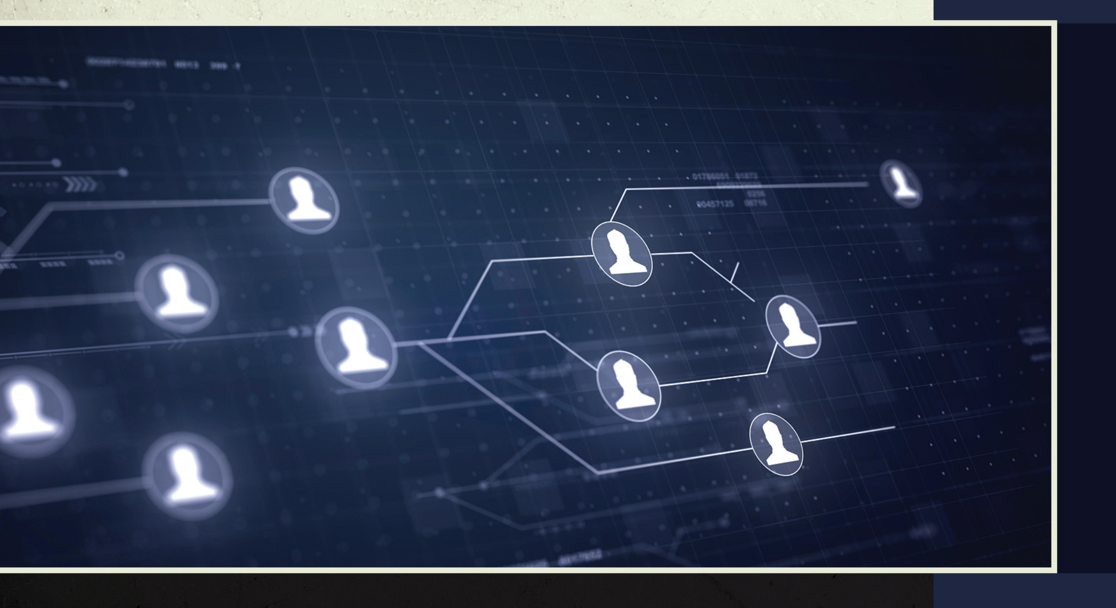
سلسلة أعمال مؤتمر

علوم الإعلام والاتصال

-رؤية جديدة بعد الجائحة-

المشرف العام:
أ. هشام قاضي

تنسيق:
د.فضيلة تومي
د. عبد القادر بودربالة





دار خيال للنشر والترجمة ©
تجزئة 53 قطعة. رقم 27. بليمور
برج بوعريريج – الجزائر-
0668779826
Khayaleditions@gmail.com
ردمك :978-9931-06-335-1
الإيداع القانوني : السداسي الأول 2021.

تقديم:

يعد الاتصال بوصفه نقلا وتبادلا للمعلومات جوهر العلم وأساسه بل هو لب المعرفة البشرية، وبهذا يقع على العلماء والباحثين مسؤولية الإعلان عن نتائج أبحاثهم واكتشافاتهم ومشاركتها مع الجمهور بالاعتماد على قنوات الاتصال المختلفة، خاصة وأن ميادين العلم تشمل مناحي الحياة البشرية اليومية، والابتكارات التقنية الحديثة والمتنوعة تتخلل حياتنا ومنظومتنا المجتمعية.

من ناحية أخرى، يهدف العلم إلى دعم الإنسان كلما تعرض لتحديات وأخطار جديدة كالتي تشكلها الأمراض والفيروسات المختلفة، لذلك وفي مثل هذه الحالات يعتبر التواصل مع المواطن وإعلامه أمرا مشروعا وضروريا، وهو ما يؤكده سلوك المواطنين في أعقاب إقرار الحجر المنزلي ضمن الإجراءات الاحترازية التي اتخذت لمنع انتشار فيروس كوفيد 19 المستجد، فمثل أخبار فيروس كورونا ما يقارب 74% من وقت البث عبر القنوات الإخبارية خلال فترة الحجر، كما حققت وسائل الإعلام السمعية البصرية معدلات متابعة معتبرة خلال هذه الفترة.

أثبتت جائحة كورونا أن مسؤولية العلماء والباحثين في مختلف فروع العلم هي التواصل بشكل أكبر حول معرفتهم، وذلك بالنظر للموقف الاتصالي المرتبط بهذا العصر والمرتكز على ما تقدمه التكنولوجيا الرقمية وما تتيحه الشبكات الاجتماعية من إمكانية نشر البيانات بشكل فوري مهما كانت طبيعة المعلومات ومن منطلق الشفافية، وهو ما يؤدي إلى شكل من أشكال نظام الاتصال الشمولي والموحد أين كل شيء "يتساوى"، رغم ذلك فإن شرعية الخطاب "خطاب المؤسسات والإعلاميين والسياسيين والعلماء..." بقي موضع تساؤل، حيث كشف محتوى خطابات عديدة قضايا مختلفة طمست خلالها حقائق كثيرة أو أخفيت إحدى جوانبها، وهو أحد تحديات الاتصال في عصر الشبكات الرقمية.

مثلت جائحة كورونا أيضا تغييرا في الطلب عل وسائل الإعلام، فإذا كانت وسائل الإعلام تمنح دائما مساحة كبيرة للشهادات في مادتها الإعلامية لأنها تجسد موضوعات التقرير وتضفي عليها لمسة من العاطفة، فإن خطابات الخبرة والمعرفة التي رافقت الجائحة اكتسبت أهمية كبرى في المحتوى الإعلامي، حيث قدمت قدر

الإمكان نهجا مختلفا اعتمد على التوضيح والشرح والعقلانية في المواقف العصيبة والمؤلمة التي أحدثتها الجائحة.

بالإضافة إلى ما تقدم، ابتكرت بعض الوسائط الجديدة عبر الانترنت تعاونا جديدا مع العلماء مكنهم من التعليق على الأخبار ونقل تحليلاتهم إلى جميع المواطنين، وبالمثل أصبح استخدام بعض أدوات الاتصال والوسائط الرقمية الجديدة أكثر انتظاما من قبل العلماء والأكاديميين، وبهذا مكنت هذه الوسائط من انفتاح العلماء والباحثين والمختصين على الجمهور، في الوقت نفسه تغيرت ممارسات مستخدمي وسائل الاتصال الذين أصبحوا أكثر تطلبا وفضولا وأكثر اهتماما بالتطورات والتغيرات الاجتماعية والقضايا المتعلقة بالعيش المشترك، إنه جمهور مستهلك لوسائل التكنولوجيا الحديثة للاتصال ومتعدد مصادر المعلومات.

يأتي هذا الكتاب الجماعي" علوم الإعلام والاتصال، رؤية جديدة بعد الجائحة"، كمحصلة لمجموعة البحوث النوعية التي قدمت في التخصص ضمن أشغال المؤتمر العلمي الافتراضي الدولي الأول الموسوم بـ" العلوم الإنسانية والاجتماعية، رؤية جديدة بعد الجائحة" والذي ناقش ضمن أهدافه تعامل العلوم الإنسانية ومنها علوم الإعلام والاتصال مع جائحة كوفيد 19 بما شكلته من رؤية جديدة للعالم من خلال إعادة النظر في المفاهيم السائدة والظواهر التي أحدثتها الجائحة.

علوم الإعلام والاتصال بعد جائحة كورونا، رؤية فلسفية جديدة

أ. د. مي العبد الله

الجامعة اللبنانية/كلية الإعلام/maya.abdallah.1@ul.edu.lb

ملخص الدراسة:

يشهد العالم اليوم لحظة تاريخية جديدة حاسمة للإنسان، وقد حضَّرته تجربة وباء كورونا للوعي بالعيوب العميقة للبشرية، وبالاختلالات البارزة في النظامين الاقتصادي والاجتماعي العالميين، ليتمكن من استبداله بنظام عالمي إنساني يسمح للبشرية بالبقاء.

تؤكد هذه الورقة للباحثين أن الفكر الاتصالي، أو" فلسفة الاتصال"، هي اليوم مجال جديد يستحق المقاربة، بالنظر إلى الفهم المتزايد للدور الأساسي الذي يلعبه الاتصال والتواصل في جميع جوانب الحياة المعاصرة، ويزداد دور فلسفة الاتصال أهمية مع تسارع التطورات والتغيّرات العلمية والاجتماعية التي تطال الفضاءات العامة، إذ تتطلب هذه التطورات استكشاف العلاقات بين علوم الإعلام والاتصال والمجالات التقليدية للفلسفة، مثل الميتافيزيقيا وعلم الوجود، وفلسفة اللغة، ونظرية المعرفة، والفلسفة الأخلاقية والسياسية والاجتماعية، وما إلى ذلك من مجالات فكرية ومعرفية معنية بقضايا الإعلام والاتصال.

الكلمات المفتاحية:

علوم الإعلام والاتصال، فلسفة الاتصال، تصميم الشبكات، المفارقات، الممكنات، الرهانات، متاهة التواصل الاجتماعي.

مقدمة:

مع تطور المشهد الإعلامي الاتصالي، في الثمانينات من القرن العشرين، ظهرت علوم الإعلام والاتصال التي اختصّت في تفسير الظواهر المرتبطة بالاتصال الإنساني، بصورة مختلفة، وفق منطلقاتها الفكرية والمنهجية، فطوّرت نظريّاتها ودراساتها بناء على مناهجها الخاصة، وبناء على وجهات نظر مختلفة حول قضايا الاتصال وأبعادها. منذ نشأته، ارتكز هذا المجال العلمي الحديث على الفلسفة والعلوم الاجتماعية لتفسير ظواهره وتكوين اتجاهاته البحثية، كون النظريات الفلسفية والاجتماعيّة تحاول دائما كشف المبادئ العامة للاتصال والتواصل بين الأفراد والجماعات، التي تمكِّن الباحثين من فهم الواقع الاجتماعي فهمًا عميقا ومتناميًا.

علوم الإعلام والاتصال والتفكير الفلسفي:

بعد جائحة كورونا، وما نشهده من تطورات متسارعة في المشهد الاتصالي العالمي الجديد، تدعو علوم الإعلام والاتصال إلى إعادة اكتشاف وتعزيز التفكير النظري، والتفكير الفلسفي في بحوث الإعلام والاتصال، وإلى تكثيف التعاون بين مختلف الاختصاصات، لمعالجة ومناقشة المخاوف والحجج والمواقف والمفاهيم المستجدة مع التغيرات الإنسانية العالمية. كما تؤكد الدور الذي باتت تلعبه فلسفة الاتصال في فهم الذات العلمية، في زمن" ما بعد الحقيقة".

أولى العديد من المفكرين اهتمامًا كبيرا بميدان الاتصال الإنساني، كالفلاسفة من أرسطو Aristotle إلى ليبنيز Leibnitz وديوي Diwi، وعلماء الاجتماع منهم هوسرل Husserl وميرلو بونتي Merleau Ponty وهابرماس Habermas. ولكن النقاش المنهجي للفكر الاتصالي كان مفتقدًا حتى في أوروبا، وكذلك النقاش المنهجي لفلسفة الاتصال نفسها، حتى ولو أتيحت للمفكرين الفرصة للإشارة إلى التواصل في اجتهاداتهم النظرية، لكنهم فعلوا ذلك في كثير من الأحيان من زاوية اختصاصهم، حيث سلّطوا الضوء على جوانب محددة من التواصل وأهملوا الجوانب الأخرى، واستمروا في كثير من الأحيان في إنتاج أبحاثهم في عزلة نسبية. أمّا الطروحات المتعارضة لهابرماس وغيره، عن الطبيعة والدور

الاجتماعي للتواصل مثلا، فنادرا ما تم مقاربتها من وجهة نظر مزاياها النسبية لفهم فلسفي عام للتواصل، أو فهم تواصلي للفلسفة. (مي العبد الله 2005)

تطورات مجالات الاتصال:

مع الثورة المعلوماتيّة، طرحت الاتجاهات النقدية الحديثة رؤى أخرى مغايرة لما قدّمته الاتجاهات الكلاسيكيّة المبكرة. وارتبطت حديثا" فلسفة الاتصال" بمجموعة متنوعة من المجالات النظرية والتحليلية والمعيارية والتاريخية المتعلقة بالاتصال كظاهرة، أو عملية جدلية، أو واقع اجتماعي، أو شكل من أشكال التعبير، أو كبنية نظرية. تهتم فلسفة الاتصال بالأسئلة المتعلقة بتكوين النظريات الاتصالية، وبالأسئلة الأساسية المتعلقة بأهميّة ودور الاتصال في الوجود الإنساني. ويمثّل التواصل تحدّيًا في أدائه واستكشافه ووصفه وتفسيره، وهذا التحدي هو الذي يشجع المتخصصين والباحثين من عدة تخصصات على تجاوز حدود تخصصاتهم الأكاديمية، على أمل أن تكون تجربة الخطاب المفتوح منبثقة من اهتمامات متباينة: مثل علاقة الذات والمجتمع، والتفاعل بين التواصل والثقافة، والعلاقة بين السياسة والاقتصاد، وعلم الدلالات وعلم الأحياء العصبي، وظواهر التفاعل الإنساني ومعرفة العلوم، ونظرية المعرفة وعلم المعلومات، والحوار وعدم اليقين، ومعايير تواصلية العمل والطبيعة العقلانية، وخطابة الفلسفة وفلسفة الخطابة.

نحن نعتقد أن التفكير الفلسفي في التواصل ضمن علوم الإعلام والاتصال، وخصوصا في هذه الأزمة العالمية التي تسببت بها جائحة كورونا، قد يخلص إلى نتائج تساعد في التخفيف من القلق من مخاطر الاتصال على الإنسان والثقافة والمجتمع، وتساهم في التوصل إلى نقاش مفتوح وناقد. (إبراهيم أبو غزالة، 2020)

تعقد مجال" الإعلام الجديد":

"الإعلام الجديد" مجال معقد ومتشعب جدا تزدحم فيه كل أشكال الإنتاج وكل أنواع الممارسات الثقافية، وعمليات الإعلام والاتصال والتواصل الاجتماعي. ويتعارض هذا" الإعلام الجديد" مع كل مع ما كان سائدا سابقا، ولذلك يقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة، أحدثها يركز على وظيفة وسائل التواصل

الإلكترونية كخدمة للمجتمع، وعلى" إعلام المواطن" باعتباره جزءا من أدوات المجتمع المدني؛ إذ ينظر الباحثون إلى المجتمعات الرقمية ذات الصلة، على أنها جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ويواجهون المشاكل نفسها، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم عن طريق التفاعل بصورة مستمرة. Geoffrey (Cohen, 2003)

وقد أظهر تحليل تأثير" الإعلام الجديد" على الحياة اليومية، أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة، بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى" المجتمعات الافتراضية"، ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان وتوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للمستخدمين، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير. وبهذا فإن "الإعلام الجديد" له دور مهم، ليس في بثّ المعلومات فقط، بل في تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث. (Philippe Breton, 2000)

دور وسائل التواصل الاجتماعي بعد جائحة كورونا:

مكّنت وسائل التواصل الاجتماعي الأشخاص من المشاركة بشكل كبير في الأنشطة عبر الإنترنت، وتحطيم حاجزي المكان والزمان. ومكنت مستخدمي الوسائط الاجتماعية من أن يكونوا مستهلكين للمحتوى بشكل سلبي أو أن يكونوا منتجين نشطين له، وأن يقوموا بإنشاء البيانات بمعدل غير مسبوق. وتختلف هذه البيانات اختلافًا كبيرًا عن البيانات التقليدية. ولكن، أصبحت العلاقات الاجتماعية متاحة على نطاق واسع وتلعب أدوارًا مهمة في وسائل التواصل الاجتماعي، مثل حل مشكلة التحميل الزائد للمعلومات وتعزيز عملية نشر المعلومات، مما قد يؤدي إلى فهم غير مناسب للبيانات الغزيرة. (مي العبد الله، 2020)

عند ظهور الفيروس التاجي Sars-Cov-2 في مطلع سنة 2020، في أصل وباء Covid-19، انتشرت شائعات عديدة تشير إلى أنه من أصل بشري، وأنه ناتج عن التجارب على الجراثيم أو التلاعبات الجينية. وتستند أطروحات المؤامرة هذه

إلى حقيقة أن مختبر الأبحاث البيولوجية الوحيد المصنف P4 في آسيا يقع في مدينة "ووهان" الصينية، وأنه يستفيد من الحد الأقصى من الأمان. وقد نشرت شائعات أخرى فكرة أن الجراثيم تم نقلها عن طريق الخطأ من قبل أحد الباحثين، أو بواسطة الحيوانات التي استخدمت في التجارب السرية. إذا كان من الواضح أن معهد علم الفيروسات في ووهان ليس له مهنة عسكرية وأن السارس -Cov-2 ليس سلاحًا بيولوجيًا "تم تسريبه"، فإن الحدود بين البحث البيولوجي للاستخدام المدني أو العسكري ليست واضحة ونهائية كما يبدو. والمؤشرات الموثوقة تجعل من الممكن تحديد ما إذا كان البلد قد شرع في برنامج إنتاج الأسلحة البيولوجية أو لا.

برز دور وسائل التواصل الاجتماعي كثيرا في نشر الشائعات خصوصا وأنها قد أصبحت مصدرا أساسيا للمعلومات. لذلك يجتهد الباحثون في علوم الإعلام والاتصال لتطوير نظريات أو نماذج، من خلال دراسات مسحية دقيقة، تفسر عمل وسائل الإعلام والاتصال وكيفية نشرها للأخبار الكاذبة، ويهتمون بشكل خاص بكيفية التحقق منها. ومن النماذج الحديثة في هذا الشأن نموذج توثيق الأخبار المزيفة الذي تم تطويره في الهند من قبل الباحثين براكاش وفرما والافاراسان وكار. (Gautam Prakash, Ravinder Kumar Verma(&) P. Vigneswara Ilavarasan, and Arpan K. Kar, 2019)

الدعاية وتزييف الوعي:

يتم بناء النماذج على أساس أن مشكلة الأخبار المزيفة آتية من نقص في التوجهات والمعايير التي تمكن من احتواء الأخبار المزيفة. فهناك تهديد حقيقي لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي، مدفوعًا بالجوانب السياسية الدولية والنفسية وما إلى ذلك. والأخبار المزيفة تستهدف المواطنين العاديين، ومن الشائع تصديق الأخبار التي يشاركها ويقرؤها بعض الأشخاص دون فهم دوافع انتشار الأخبار. من هنا يجب إدارة الأخبار المزيفة للحفاظ على الانسجام في المجتمع وثقة الناس في المؤسسات المختلفة. وبالتالي، هناك حاجة لإدارة الأخبار المزيفة المنتشرة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي. ويحتاج الأفراد إلى موجهين ووسائل للحد من الأخبار المزيفة. ولا يمكن إدارة الأخبار المزيفة إلا من خلال منصات وسائل

التواصل الاجتماعي أو الحكومات، ويجب أن يشارك الفرد المستخدم في هذه الإدارة؛ إذ يجب أن تكون هذه مسؤولية جميع أصحاب المصلحة الرئيسيين.

بشكل عام، يقوم الأشخاص بالمصادقة بطريقتين للأخبار: المصادقة الداخلية والمصادقة الخارجية. تعتمد هذه الطرائق على ميزة الأخبار ويمكن استخدامها من قِبل الأشخاص للمصادقة على الأخبار الحقيقية أو المزيفة وتصنيفها .(Ravinder, Kumar verma, 2019) وتساعد المصادقة الداخلية والخارجية الأشخاص على توثيق الأخبار الواردة على وسائل التواصل الاجتماعي. يطرح السؤال ما إذا كان هناك أي اختلاف في الطرائق الخارجية والداخلية للمصادقة. يتم تحليل الفرق بين المصادقة الداخلية والخارجية باستخدام أداة الاستبيان في البحث.

تمتلك وسائل الإعلام والاتصال، بالتحالف مع السياسيين، قدرة كبيرة على تزييف وعي الناس من خلال ما يمتلكه النظامان السياسي والإعلامي من قدرات تنظيمية هائلة، قياسا مع عموم الجماهير التي تتصف بانعدام التنظيم وضعف التماسك. وبسبب أن تزييف الوعي لا يتم بغير تواطؤ وتوافق بين النظامين في المجال السياسي خصوصا، فإننا هنا سنستخدم تعبير وسائل الاتصال السياسي، لأن هذه الوسائل تقوم بدور خطير في تزييف الوعي الجماعي للجماهير من خلال تواطئها مع الجهات السياسية، التي تضع نصب أعينها هذا الهدف حفاظا على مصالحها كفئة حاكمة، أو مستفيدة من زيف الوعي بقضايا المجتمع السياسية. وقد أكدت معظم الدراسات الميدانية دور مختلف وسائل الإعلام في نشر الوعي، أو على النقيض من ذلك، في تزييف الوعي. (Bouquillion, P., & Combès, Y., 2011)

نظرية متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام:

في كتاب نشرته حديثا بعنوان" متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام " قمت بمراجعة نتائج أبحاثي في علوم الإعلام والاتصال، والتركيز على موضوع المشاركة والوعي، للوصول إلى نظرية حديثة مرتبطة باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة العربية، أعمل على بلورتها منذ خمس سنوات. وهكذا توصلت، من خلال أعمال فريقي البحثي، إلى بلورة العديد من عناصر نظرية

"متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام" Social Communication Maze in Public Space التي تمثّل الواقع الاتصالي بامتياز. (مي العبد الله،2020)

كان الهدف بلورة أساليب الحرب الناعمة والتلاعب بالعقول بواسطة وسائل الإعلام والاتصال، لاسيما خلال جائحة كورونا، وكنا مدركين لخطورة الاستراتيجيات الدعائية العالمية والمنظمات الإعلامية والتجارية الكبرى في هذا المجال.

المرحلة الحاليّة غامضة، وأسئلة كثيرة ستبقى من دون أجوبة لفترة طويلة. وجدت نفسي كباحثة في علوم الاتصال أمام بركان عالمي زعزع كل المعتقدات والاتجاهات الفكرية السائدة والنظريات العلمية، وأرغمني على مراجعة كتاباتي ومشروعي البحثي، بحيث لا يمكنني تجاهل كل الأسئلة الجديدة التي أثارها هذا "الفيروس" القاتل عالميا، حول ماهيته ودور السياسيات العالمية وقدرات الإنسان وعلمه، ولا سيما أيضا قوّة وسائل الاتصال التي تلعب دورا أساسيّا في نشر المعلومات الطبيّة، وتغطية الأحداث المرتبطة بهذا المرض، إضافة إلى دورها الأساسي في ارتباط الناس بعضهم ببعض، وتواصلهم وتفاعلهم عن بعد في زمن الحجر الصحّي القسري.

من هنا تم الرجوع بالدرجة الأولى إلى المقالات الإعلامية الحديثة التي ناقشت هذه القضايا المستجدة، وهي تتّفق على أن مقاربة القضايا المعاصرة لا يمكن فصلها عن الموضوع التكنولوجي، وعن سؤال: هل يمكن أن يتفوق الذكاء الاصطناعي على البشر؟ فمن ناحية، يتقدم الذكاء الاصطناعي بشكل أسرع بكثير من جميع التوقعات، إذ يتم ضرب سرعة تعلم الذكاء الاصطناعي في 100 كل عام، فبينما يستغرق تدريب مهندس أو أخصائي أشعة ثلاثين عامًا، يتطلب تعليم الذكاء الاصطناعي فقط بضع ساعات. ومن ناحية أخرى، لم تتطور المدرسة منذ 250 عامًا، ولم تأخذ بعين الاعتبار الاضطرابات الحتمية التي ستحصل في سوق العمل. فكيف نجعل أدمغتنا البيولوجية تقاوم الذكاء الاصطناعي وتظل منفتحة؟ كيف يمكن لأطفالنا الحفاظ على قدرتهم التنافسية مع الذكاء الاصطناعي؟ كيف سيجد التعليم، مكانته جنبًا إلى جنب مع أدمغة السيليكون التي تدعمها وسائل الشركات الكبرى GAFA وعمالقة الأمريكيين والصينيين وغيرهم؟ ما هي

السيناريوهات التي يجب أن تختارها الإنسانية؟ هل يجب أن نقبل بذلك الدوار لما بعد الإنسانية الذي يجعلنا نتقدم بيولوجيا ونبقى بشرا؟ أو نندمج مع الذكاء الاصطناعي فنتحول إلى أناس آليين cyborgs؟ هل نحضّر الذكاء الاصطناعي أو نضع له الحدود؟

تزداد أهمية النظرية والحاجة إليها اليوم، مع كون الاتصال أو التواصل هو الذي حوَّل العالم إلى" قرية كونية"، وهو الذي أدى إلى نشر الأمراض والأوبئة، وإلى انتشار فيروس كورونا وإصابة الملايين من الناس وموت الآلاف. هو الذي تسبب بقلب النظام العالمي وأدخلنا في العولمة، ويتسبب الآن من جديد بخلق نظام عالمي جديد ربما يعيدنا إلى القرية البدائيّة، أي إلى نظريّة مارشال ماك لوهان Marshal lMcLuhan. بغضون شهرين وجدت نفسي أبحث في خصائص النّظام العالمي الجديد، وأنتقل من التنقيب عن أساليب الحرب الناعمة، إلى التساؤل عن حقيقة ما يجري عالميا، وعن جذور الأزمة والحقائق الخفيّة فيها.

هل هي نتيجة طبيعية أو مفتعلة؟ كيف يتشكل النظام العالمي الجديد؟ ما هي ملامحه وأبعاده وآفاقه؟ من هم أبطاله الحقيقيون، وكيف يوظفون وسائل الاتصال لأهدافهم؟

ما أظهرته الأحداث المفصليّة في تاريخ البشرية الحديث، وما أثبتته نتائج دراسات فريقي البحثي، إضافة إلى نتائج الرّصد والملاحظة والتحليل، كلها مكّنتني من تأكيد فرضيات النظريّة التي خرجت بها، وهي نظرية" متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام"، لأن كل الدروب البحثية في علوم الإعلام والاتصال قد أدت بنا إلى مفهوم" المتاهة". وهذا الكتاب هدف إلى بلورة عناصر هذه المتاهة، إذ إنها مبنية على مبدأ مشاركة المجتمع بكامل أعضائه ومؤسساته في عملية الاتصال والتواصل، وأهمية الوعي والإدراك، ودور هذا التواصل وهذه المشاركة الواعية في حماية المجتمع وبنائه وإنمائه.

عناصر نظرية المتاهة:

تبلورت عناصر النظريّة من خلال دراسة دور وتأثير وسائل الإعلام والاتصال في الدول العربية في التغيير الاجتماعي، ورصد الإشاعات والشعارات وكل الأساليب المستخدمة للإقناع والتأثير، أو التلاعب بالعقول، وتبيَّنت حدود حضور

أو غياب الوعي في المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ودور المجتمع المدني ومدى استخدامه بفعالية ووعي لهذه الوسائل.(مي العبد الله، 2020)

تؤكد هذه الورقة للباحثين أن الفكر الاتصالي، أو "فلسفة الاتصال"، هي اليوم مجال جديد يستحق المقاربة، بالنظر إلى الفهم المتزايد للدور الأساسي الذي يلعبه الاتصال والتواصل في جميع جوانب الحياة المعاصرة. ويزداد دور فلسفة الاتصال أهمية مع تسارع التطورات والتغيّرات العلمية والاجتماعية التي تطال الفضاءات العامة، إذ تتطلب هذه التطورات استكشاف العلاقات بين علوم الإعلام والاتصال والمجالات التقليدية للفلسفة، مثل الميتافيزيقيا وعلم الوجود، وفلسفة اللغة، ونظرية المعرفة، والفلسفة الأخلاقية والسياسية والاجتماعية، وما إلى ذلك من مجالات فكرية ومعرفية معنية بقضايا الإعلام والاتصال.

يشهد العالم اليوم لحظة تاريخية جديدة حاسمة للإنسان، وقد حضَّرته تجربة وباء كورونا للوعي بالعيوب العميقة للبشرية، وبالاختلالات البارزة في النظامين الاقتصادي والاجتماعي العالميين، ليتمكن من استبداله بنظام عالمي إنساني يسمح للبشرية بالبقاء.

لقد لقنت أزمة فيروس كورونا البشرية درسا لا ينسى، وحان الوقت للنظر في الجذور التي أدت إلى أزمة كهذه، وللتحضير للمرحلة المقبلة التي ربما تكون أسوأ مما نواجهه اليوم. ففي الوقت الذي تزداد فيه المسافة الاجتماعية من جراء العزل المنزلي والحجر الصحي والتباعد الاجتماعي بين ملايين البشر في البلد الواحد، أو بين مليارات الأشخاص عبر العالم، لا يمكننا إلا تطبيق نظرية متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، من خلال استخدام وسائل التواصل بحيث تؤدي إلى خلق حركة اجتماعية عالمية نشطة تواجه ما نعيشه اليوم، أو ما هو مقبل وقريب جدّا من تهديدات وجودية.

لقد بدأت العزلة الاجتماعية قبل كورونا بكثير، وقد تسبب بها الاستخدام المفرط للهواتف الذكية المرتبطة بالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ومختلف خدمات تكنولوجيا المعلومات لا سيما بين أوساط الشباب. لكن وسائل التواصل الاجتماعي هي في نفس الوقت المخرج والوسيلة إذا أحسن استخدامها لتنظيم الصفوف والتضامن الاجتماعي، لخلق حركة اجتماعية واسعة النطاق، إن تمكن الناس من

استخدام هذه التقنيات استخداما واعيا في زمن العزل المنزلي والتباعد الاجتماعي، للانضمام والاستقطاب والتعاون والتنسيق والتشاور المتعمد، على الرغم من بعض العوائق التقنية والسياسية لاستخدام شبكة الانترنت في العالم. نظرية متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام Social Communication Maze in Public Space مبنية على مبدأ التفاعل المباشر بين المرسل والمتلقي وتعطي الجمهور الدور الأساسي في الإعلام والاتصال، ومن هنا فسلوكيات الجمهور، ودرجة وعيه وانضباطه، هي الأساس في عمليات الاتصال المجتمعي، وبالتالي في حركة المجتمع ككل.

شروط تحقق النظرية:

ترتبط شروط تحقق النظرية بأخلاقيات أطراف التواصل، من مرسل ومتلقٍّ ووسيط أو وسطاء بينها. وبناء على النظرية، عملية التواصل متكاملة وكل الأطراف المشاركة تلعب دورا في تحديد مخارج ونتائج التواصل. وبالتالي لا تخضع عملية التواصل الاجتماعية، بحسب النظرية، لأي سيطرة مركزية، وللأفراد والجماعات الحق المطلق للوصول إلى وسائل الإعلام والاتصال واستخدامها.

ويشارك المواطن بواسطة التواصل الاجتماعي، بوعي كبير للمصلحة العامة للمجتمع، في صناعة الإعلام التي لم تعد حكرا على مالكي وسائل الإعلام. تعتمد النظرية على مبدأ التحرر من وهم الأحزاب السياسية والنظام البرلماني الديمقراطي، الذي أظهرت تجارب الدول بدء انفصاله عن جذوره، وأنه يعيق المشاركة في الحياة الاجتماعية والسياسية، بدلا من أن يدعمها ويسهلها حسب ما يرى واضعو هذه النظرية.

ومجالات تطبيق النظرية هي المجال السياسي حيث يسهم الوعي بالتواصل في تلبية الاحتياجات ومصالح وآمال جمهور متلق نشط، وفي رفضه لمركزية وسائل الإعلام والاتصال، أو السيطرة الحكومية عليها. وفي المجال الاجتماعي تشجع النظرية التعددية المحلية، والتفاعل بين المرسل والمستقبل، والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مستويات المجتمع. وتشجع اهتمام وسائل الإعلام بصورة أكبر بالحياة الاجتماعية، وتخضع لسيطرة مباشرة من جمهورها.

خلاصة: ضرورة التحرير العقلاني

تكمن شروط الاستفادة من النظرية فيما يلي:

1- وجود تعددية اجتماعية وثقافية واضحة في المجتمع، ومستوى معرفي وثقافي متطور.

2- حاجة المجتمع للاتصال الأفقي الواسع بين قطاعاته وشرائحه المختلفة، لتعزيز روح المواطنة والوحدة الوطنية وفتح قنوات جماهيرية للحوار بعيدا عن أية وصاية سياسية.

3- مشاركة المتلقين بعملية صنع القرارات، وتحديد السياسات الإعلامية، وعدم ترك هذه المهمة للمهنيين فقط لخطورتها وتأثيرها الخطير على الرأي العام.

4- تنمية دور الأسرة في المجتمع في متابعة ومراقبة استخدامات الأبناء، وفي التربية والتوعية وترسيخ مفاهيم المشاركة المجتمعية الواعية.

5-وجود دور فعال لمؤسسات المجتمع المدني في التوعية على استخدام وسائل التواصل، وفي التكوين الإعلامي والتربية والتوجيه، والتغيير الاجتماعي.

6-وجود دور فعال للمؤسسات الحكومية في الرقابة والمتابعة لما ينشر ويعرض للمحافظة على المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمع، وهذا يتطلب مشاركة مجتمعية شاملة، وشراكة بين المؤسسات الحكومية والمجتمع المدني ومؤسساته.

بناء عليه، يرتبط المشروع الحديث للثقافة، منذ عصر التنوير، بمبدأ التحرر العقلاني. ومن أحد فتوحات المجتمع الحديث، بعد العصور الوسطى، السماح بتمكين الثقافة والفن بقوى الدين والسلطة السياسية. ومع الممارسات الفنية، وأساليب التعليم، والمنتجات الثقافية المتحررة من الوصاية السابقة، يصبح المجال الثقافي بأكمله مناسبا للتعبير عن التحرر. وقد رأى الباحثون أن تطور التبادل التجاري في مجال الثقافة والإعلام هو استجواب، إن لم يكن تدميرًا منهجيًا، للعملية التاريخية للتحرر عن طريق العقل والثقافة الحديثة. فالثقافة الحديثة، التي تحمل في حد ذاتها وعدًا بالتحرر والحرية خارج نطاق تثمين الرأسمالية، تجعل جميع العلاقات الفعالة قاعدة للعمليات التجارية والصناعية.

المراجع:

1. حسن مظفر الرزو، (2007) الفضاء العمومي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
2. حلمي أحمد الوكيل وحسين بشير، (1999) الاتجاهات الحديثة في تخطيط وتطوير مناهج المرحلة الأولى، القاهرة: دار الفكر العربي.
3. راتب قاسم وعبد الرحيم عوض، (2004) المناهج بين النظرية والتطبيق، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
4. سامي الموصللي، (2008) برمجة الوعي، عمان: دار شعاع.
5. عبد الرحمن عزي، (2013) منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطية للنشر، الطبعة الأولى.
6. عز الدين الخطابي وإدريس كثير، (2000) أسئلة الفلسفة المغربية، المغرب: منشورات الزمن.
7. كمال حميدو، (يوليو/تموز 2014- يونيو/حزيران 2015) "الجماعات الافتراضية على الإنترنت: نحو مجتمعات موازية أم نحو ارتسام جديد لمفهوم التواصل؟"، تونس: المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد المزدوج 63-64.
8. محي الدين عبد الحليم، (1998) إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، قطر: رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية في دولة قطر.
9. مي العبد الله، (2020) متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، بيروت: دار النهضة العربية.
10. مي العبد الله، (2001) الاتصال في عصر العولمة، طبعة ثانية منقحة ومزيدة، بيروت: دار النهضة العربية.
11. مي العبد الله، (2004) وسائل الاتصال والديمقراطية- الفضائيات والحرب الإعلامية، بيروت: دار النهضة العربية.
12. مي العبد الله، (2005) نظريات الاتصال، بيروت: دار النهضة العربية.
13. مي العبد الله، (2006) الدعاية وأساليب الإقناع، بيروت: دار النهضة العربية.
14. مي العبد الله، (2009) علوم الإعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني، بيروت: بيروت دار النهضة العربية.
15. مي العبد الله، (2010) البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية الى القواعد المنهجية، بيروت: دار النهضة العربية.

16. مي العبد الله وعبد الكريم شين، (2012) معجم المفاهيم الحديثة في الإعلام والاتصال- مشروع توحيد المصطلحات، جزء 1-2، بيروت: دار النهضة العربية.
17. مي العبد الله، (2015) الاتصال والانهيار الثقافي في الشرق الأوسط، بيروت: دار النهضة العربية.
18. مي العبد الله، (25-3- 2020) "وسائل الإعلام والاتصال في المشهد العالمي الجديد"، بيروت: جريدة النهار.
19. نعومي كلاين، (2006) عقيدة الصدمة: صعود رأسمالية الكوارث، ترجمة نادين خوري، بيروت: شركة المطبوعات للنشر والتوزيع.
20. نصر الدين العياضي، (يونيو 2011) "رهانات تدريس الأنواع الصحفية في المنطقة العربية في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، الشارقة: جامعة الشارقة، المجلد 8، العدد 2.
21. نصر الدين العياضي، (1999) وسائل الاتصال والمجتمع الجماهيري، أراء ورؤى، الجزائر: دار القصبة.

المراجع الأجنبية:

22. Adams, R. M, (October 1989), "Should Ethics be More Impersonal? a Critical Notice of Derek Parfit, Reasons and Persons". The Philosophical Review, Oxford: Clarendon Press.
23. Adorno, Th, (2003), Dialectique Negative, Paris: Payot.
24. Adorno, Th, & Horkheimer, M., (1974), La dialectique de la raison, Paris: Gallimard.
25. Alibeck, K, (2001), "Firepower in the Lab: Automation in the Fight Against Infectious Diseases and Bioterrorism", Chapter15 of Biological Weapons: Past, Present, and Future, Washington, D.C : National Academy Press,., Institute of Medicine.
26. Altman I, & Taylor, A, (1973), The Development of interpersonal Relatuionships: Social Penetration Processes, University of Delaware, USA.
27. Bachelard, G, (1999), Water and Dreams: An Essay on the imagination of Matter, Dallas Inst humanities & Culture, 3rd edition.
28. Bachelard, G, (1975), La formation de l'esprit scientifique. Contribution à une psychanalyse de la connaissance objective, Paris: Librairie philosophique Vrin.

29. Bachmann and Gil de Zuniga, (2013), “Expressive Versus Consumptive Blog Use”, USC, Unniversity of southern California: International journal of communication.
30. Bamberger, M, (1988), “The role of community participation in development planning and project management: report of a Workshop on Community Participation”, held in Washington, D.C, September 22-25, 1986, Washington, D.C: World Bank.
31. Bandura, A, (1986), Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory, Prentice Hall, New York: Englewood Cliffs.
32. Barusch, A. S,) 2006), Foundations of Social Policy, Social Justice in Human Perspective, 3rd Edition, New Zealand: University of Otago.
33. Bourdieu, P, (1988), « Penser la politique », Actes de la recherche en sciences sociales 71 (1), persee.fr.
34. Bouquillion, P, & Combès, Y, (2011), Diversite et industries culturelles, Paris : L’Harmattan.

المراجع الإلكترونية بالعربية:

35. إبراهيم أبو غزالة، "تاريخ الفلسفة"، 21 كانون الثاني 2020، www.mawdoo3.com.تاريخ الدخول:2020/2/5.
36. إبراهيم البيومي غانم، "تحديات المجتمع المدني العربي"، موقع الجزيرة 2020، www.arjazeera.net.تاريخ الدخول: 2020/2/5.
37. احمد زكرد، إشكالية تعريف الفلسفة، الحوار المتمدن، العدد: 6370 - 2019/5/10، www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=651505.تاريخ الدخول: 2019/11/10.

المراجع الإلكترونية بالأجنبية:

38. Collaborer à l'ère du numérique Colloque santé 2.0, Université de Montréal I foroute Santé du Canada, www.colloquesantenumerique.wordpress.com. 3/2/2020.
39. Community Media Sustainability, Guide: the Business of Changing Lives, Arcata California: Internews, 2009, www.internews.org. 12/3/2019.
40. Geert, Lovink, Discipline Design: The Rise of Media Philosophy, An Email Exchange with Frank Hartmann, www.noemalab.eu/ideas/interview/the-rise-of-media-philosophy. 13/3/2020.

41. Giddens, Anthony, 1990, Modernity and Self Identity, www.books.google.pl. 3/9/2019.
42. Harvey, Pierre-Leonard, Design communautique, système sociaux numériques et engagement des usagers. www.LCA.UQAM.CA . 10/4/2020.
43. Halpern, Daniel & Jennifer Gibbs, "Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression," Publication:Computers in Human Behavior, May 2013, www.doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008.3/8/2019.
44. Matthews, Robert,"A black hole ate my planet," New Scientist, August 28, 1999, www.newscientist.com/article. 23/9/2019.
45. Nekmat, E Gower, KK Gonzenbach, WJ et al., "Source effects in the micro-mobilization of collective action via social media", Permalink, Journal Information Communication and Society, 18(9) ISSN 1369-118X, Publication Date 2015, escholarship.org/uc/item/51x4631q. 3/8/2018.
46. O'Boyle, Britta, "What is VR? Virtual reality explained", www.pocket-lint.com
47. Ravinder, Kumar Verma, Emerged model of fake news, May 2019, www.researchgate.net/figure/Emerged-model-of-fake-news authentication_fig2_333700939. 4/7/2018.
48. Tang, Lee, 2015, "Dual Momentum Trend Trading", (Place of publication not identified: publisher not identified), e-book. www.books.google.com.lb. 6/9/2018.

دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي واجهته ما بعد جائحة كورونا في سلطنة عمان

د. أحمد بن سعيد بن ناصر الحضرمي

ديوان البلاط السلطاني، مساعد مدير تنمية الموارد البشرية- متقاعد

Asnh7887@gmail.com

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي واجهته ما بعد جائحة كورونا في سلطنة عمان، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم استبانة مكونه من 27 فقرة موزعة على محورين، وطبقها على عينة قوامها 127 فردا من الذكور والإناث.

يعد الاتصال بمختلف أشكاله بمثابة العمود الفقري لأي دولة أثناء الأزمة حيث أثبتت الدراسة أن للاتصال دورا كبيرا في إدارة الأزمات من خلال ما يقوم به من مهام، وعمليات التنسيق بين مختلف المعلومات والبيانات المرسلة والمستقبلة من فريق إدارة الأزمة إلى الجمهور، ويسهم بشكل كبير في إخبار الجمهور والتوعية من الأخطار، كما تؤكد الدراسة أن هناك مجموعة من التحديات التي ينبغي أن تتم معالجتها أهمها المحدودية في استخدام وسائل التواصل الحديثة لمواجهة الأزمات، وعدم تطويع التشريعات القانونية، وعدم إمكانية تكيّف شرائح المجتمع مع القرارات التي يصدرها فريق إدارة الأزمة، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي تواجهه عند مستوى 0.05 بين أفراد العينة سواء بين الجنسين (الذكور والإناث) أم بين الأفراد من حيث الفروقات في مدى امتلاكهم للمؤهلات الدراسية.

ويوصي الباحث بالاهتمام بالاتصال من قبل الفرق التي يسند إليها إدارة الأزمة، في مختلف الأزمات التي تتعرض لها الدولة؛ فهو الوسيلة الوحيدة التي تقوم بالحد من شدة الأزمة، والتأقلم معها وفق الإجراءات والأساليب الصحيحة المتبعة.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، إدارة الأزمات، التحديات، جائحة كرونا.

مقدمة:

ليس الاتصال وليد اللحظة وإنما وجد منذ تواجد الحياة على سطح الأرض فهو حاجة اجتماعية ضرورية وملحة لكل إنسان، لا يستطيع الحياة دونه. فكل موقف أو موضوع لا بدّ أن يكون حاضرا، وكذلك لا يقل أهمية عنه في حياة المؤسسات صغيرها وكبيرها، فنجاح أي مؤسسة أو إدارة في تحقيق أبسط أهدافها مرتبط بشكل كبير بنجاح عملية الاتصال بمختلف أنواعها سواء كانت داخل المؤسسة أم المنظمة أم خارجها، فالكثير من المشكلات التي تنشأ بين أفراد المجتمع أو المؤسسات؛ سببها في الغالب سوء اتصال أو سوء فهم في وسيلة اتصال غير مفهومة على مستوى العلاقات الشخصية، أو الرسمية في العمل، فكم من أشخاص تخاصموا وتركوا بعضهم لسوء فهم، وكم من مصالح تأخر إنجازها، وقرارات ضعيفة اتخذت دون دراسة كافية، وأخرى تأخر اتخاذها؛ مما أثر في إنجاز المؤسسة على مستوى الدولة؛ نتيجة ضعف التواصل بين المسؤولين وباقي الموظفين، وكم من أبواب سدت في وجوه المراجعين أو حتى الموظفين؛ لعدم إتقانهم لأساليب ومهارات الاتصال الصحيحة.

لذلك يلعب الاتصال دورا هاما في حياة المنظمات والمؤسسات بشكل عام وفي حياة الأفراد أنفسهم بشكل خاص، فمن خلاله يتم الإنجاز والوصول إلى القمة، وعلى سبيل ذلك يتحقق الفهم المتبادل بين أعضاء العلاقة أو الفريق بطرق سلسة، ولذلك نجد أن عمليات الاتصال تمثل الشرايين التي تربط بين أعضاء المنشأة ببعضهم البعض وبين الأشخاص الذين يتم التواصل بهم في أي وقت، كما أن الاتصال يمثل دورا هاما في الربط بين الوظائف الإدارية المختلفة لتحقيق الترابط والانسجام بينها(أبو النصر، 2012، ص18) حيث يعتبر الاتصال قلب العملية الإدارية والتفاعلية، لأنه يوصل ويضم أجزاء المنظمة المختلفة على هيئة معلوماتية فاعلة، وبالتالي تتيح المجالات المناسبة لاتخاذ القرارات المناسبة لكل موقف إداري أو تفاعلي(حجازي، 2006، ص 11)

فالاتصال يعد بمثابة الشرايين في جسم الإنسان، تتصل وتترابط مع بعضها البعض، وتتوقف عليها استمرارية الحياة، وقد لا يدرك بعضنا أهمية الاتصال الإداري في منظمات العمل، فهو بمثابة الجهاز العصبي للإنسان، يحركه ويدفعه

نحو تحقيق غاياته وأهدافه، ووصفه(ايوكوكا) الرئيس التنفيذي السابق لشركة (كرايسلر) بأنه إذا كانت المؤسسة شخصا فالاتصال يعد مجرى الدم بها، ووصفه كلّ من: علي عياصرة ومحمد الفاضل في كتابهما الاتصال القيادي في المؤسسات التربوية بأنه" الغراء الذي يمسك المؤسسة ببعضها، ويحقق الانسجام والتوافق بين أجزائها".

إن مهمة الاتصال الأساسية في أوقات الأزمات ضرورة لا بد منها، مهما كان نوعها فوظيفتها جعل المعلومات التي يراد إرسالها إلى الأطراف الأخرى معروفة ومفهومة لديهم حتى تحدث تفاعلا وانسجاما، ويعتمد الاتصال في الأزمة على استخدام الرموز، والكلمات والصور وغيرها لنقل أفكار ومعلومات وخبرات تتفاعل من خلالها مختلف العناصر المعنية والمقصودة بالموضوع؛ حيث تتوافق مضامين الرسالة عند المرسل والمتلقي بما يحقق فهم المعلومات، ويتفاعل بمقتضاها مختلف العناصر المعنية، ويستخدمها في تجاوز الأزمة بأقل الخسائر الممكنة(السبتية حفصة، 2018).

وفي ضوء ما تقدم؛ يأتي البحث الحالي كمحاولة علمية وعملية للكشف عن دور الاتصال في إدارة الأزمات ومعرفة التحديات التي تقف حائلا بينه وبين تحقيق أهدافه ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان، كما جاء أيضا للتعرف على الفروق بين استجابات أفراد العينة حسب المؤهل العلمي والنوع. حتى يتم الخروج بتصور عام حول ذلك، وطرح حلولٍ جذرية في سبيل الحد من هذه التحديات.

الأزمة أو الأزمات ليست وليدة اللحظة وإنما منذ خلق البشرية وجميع دول العالم تتعرض لأزمة ما أو أزمات فهي ليست مخصوصة ببلد معين، والتي غالبا ما تكون على شكل حالة حرجة وهامة قد تهدد القاطنين بها وكيان الدولة، والتي تظهر أحيانا بشكل مفاجئ دون أن يكون لها سابق إنذار، والتي يمكن أن يزداد عددها وتتنوع في توجهاتها ومكوثها، وهذا ما يستدعي توفر إرادة حقيقية وجهودا منظمة لمواجهتها بمختلف الوسائل والأدوات المنظمة في ذلك البلد، وهذا ما أكده مؤتمر "الاستراتيجيات الحديثة في إدارة المخاطر المنعقد بسلطنة عمان بين 3 و5 نوفمبر 2019، " والذي أثبت أن للاتصال دورا هاما في إدارة الأزمات".

إن مجالات الأزمات كثيرة ومتعددة ولا نستطيع حصرها أو تصنيفها بل يمكن القول إن الأزمات المرتبطة بالإنتاج قد تأتي عن فشل مفاجئ أو عوارض أجنبية أو إهمال تاريخي أو وباء أو كوارث بشرية أو طبيعية، كما أن بعض الأزمات تحدث نتيجة تسرب معلومات هامة وأحيانا سرية كاستراتيجية أو خطة جديدة أو مشروع جديد إلى خارج المنظمة فيحدث عكس ما هو مخطط له، وإن مهمة الاتصال الأساسية في أوقات الأزمات أيا كان نوعها جعل المعلومات التي تريد إرسالها معروفة ومفهومة لدى المرسل إليه حتى تحدث تفاعلا، ويعتمد الاتصال في الأزمة على استخدام الرموز، والكلمات والصور وغيرها لنقل أفكار، معلومات وخبرات تتفاعل بمقتضاها مختلف العناصر المعنية، بحيث تتوافق مضامين الرسالة عند المرسل والمتلقي بما يحقق فهم المعلومات ويستخدمها في تجاوز الأزمة بأقل الخسائر الممكنة. (بوشارب شوقي،2015)

لذلك أكدت كثير من الدراسات والبحوث مدى أهمية اتصالات الأزمات على صورة وسمعة الدولة ودورها في تقليل الضرر الواقع عليها، بل ومدى إمكانية استخدامها كفرصة لتحسينها وتطويرها، إذا أحسن استغلالها، وذلك يدل بل ويؤكد على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المسؤولين، وبين إدارة الأزمة وبين الصورة الذهنية لدى جماهير المجتمع، وهذا ما أكدته دراسة البوسعيدي جمعة(2020) بدور العلاقات والإعلام في إدارة أي أزمة، وذلك لتجنب مضاعفة تداعيات وإجهاض الشائعات التي تظهر في مثل هذه الأزمات، كما أكدت دراسة المنجية سعاد(2018) تعزيز الشراكة المجتمعية(المواطنة)، والمسئولية تجاه المتضررين من الأزمات، وبناء المرونة والقدرة، وفوائد بناء قدرة المجتمعات، وفهم مخاطر الكوارث وتعزيزها وإدارتها والتأهب لها من أجل الاستجابة الفاعلة، لذلك جاءت الدراسة الحالية لتجيب على السؤال الرئيس الآتي:

ما دور الاتصال في إدارة الأزمات؟ وما التحديات التي واجهته ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان؟

وتتفرع منه الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما الإطار الفكري لمفهوم الاتصال؟
2. ما دور الاتصال في إدارة الأزمات ما بعد جائحة كوفيد 19؟

3. ما التحديات التي يواجها الاتصال أثناء إدارة الأزمات ما بعد جائحة كوفيد19؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.5) بين دور الاتصال والتحديات التي تواجهه يرجع لنوع الجنس أو المؤهل العلمي؟

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: وتشمل الأطر الفكرية حول الاتصال ومفاهيمه وأنواعه والاستراتيجيات الممثلة له، كمحاولة علمية لإثراء المكتبة العربية بدراسة حديثة حول دور الاتصال في إدارة الأزمات، وتحديد التحديات التي واجهت الاتصال ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان، في ضوء التطور العلمي السريع.

الأهمية التطبيقية: وتتمثل في النتائج والتوصيات العلمية والعملية المتوقعة للبحث، والاستفادة من خلال معرفة دور الاتصال في إدارة الأزمات وتحديد أبرز التحديات التي واجهته؛ كونها ستسهم في إلهام وتزويد صناع السياسات، ومتخذي القرارات في سلطنة عمان، لاتخاذ خطوات عملية بشأن معرفة الدور الكبير الذي يقوم به نطاق الاتصال في توصيل الرسائل السليمة والصحيحة في إدارة الأزمات.

أهداف البحث:

- التعرف على الإطار الفكري لمفهوم الاتصال.
- التعرف على الدور الذي يقوم به الاتصال في إدارة الأزمات ما بعد جائحة كورونا كوفيد 19.
- التعرف على التحديات التي يواجهها الاتصال أثناء إدارة الأزمات ما بعد جائحة كورونا كوفيد 19.
- التعرف على الفروقات بين أعضاء عينة الدراسة من خلال المؤهل والجنس في معرفة دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي تواجهه.

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف الحالة ويفسرها، وكذلك من خلال تحليل الواقع والأدب النظري، واستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: اقتصرت على الاتصال وتعريفاته وأهميته واستراتيجياته.

الحدود الزمانية: 2020 / 2021.

الحدود البشرية: عينة عشوائية شملت جميع محافظات سلطنة عمان.

مصطلحات البحث: تحددت مصطلحات البحث فيما يأتي:

الاتصال: هو العملية الاتصالية الشاملة لكل الشبكات الاتصالية الرسمية وغير الرسمية، الداخلية والخارجية، التي توظفها المؤسسة كمصدر أساسي لنقل المعلومات والأفكار والآراء والخبرات وغيرها إلى المرسل إليه والمتمثل في جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، لتحقيق أهداف المؤسسة الخدماتية أو الإنتاجية، وأهداف معنوية بخلق صورة عمومية مطابقة لواقعها وانعكاس مباشر لأحاسيس أعضائها قصد التأثير وإقناع الجمهور المستهدف. (بوشارب شوقي، مرجع سابق)

ويعرّف الباحث الاتصال إجرائيا: بأنه مجموعة الوسائل والأدوات المستخدمة في نقل الرسائل بشتى أنواعها، من فريق إدارة الأزمة إلى الأفراد القاطنين في المجتمع، بكل سهولة ويسر وبصورة مفهومه لكليْ الطرفين.

إدارة الأزمات: يقصد بإدارة الأزمة التغلب والتحكم في ضغطها ومساراتها واتجاهاتها، وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها بتحقيق أقصى المكاسب في أقصر زمن والحد من الخسارات لأدنى حد ممكن Lehmann, Brenner, 2014, (p6)

ويعرّف الباحث إدارة الأزمة إجرائيا: بأنها قدرة الفريق المكلف بإدارة الأزمات على احتواء الأزمة بأقل خسارة وجهد ووقت، وتقديم الأدوات والوسائل التي تسهم في الحد منها بطريقة سهلة وميسرة، واستخدامها بشكل فاعل وصحيح في الموقف الذي يراد استخدامها فيه، من خلال الوسائل والتقنيات الحديثة التي تواكب الثورة المعرفية في العالم المتطور الآن.

التحديات: ويعرف داود (2010) التحدي بأنه ذلك الوضع الذي يمثل وجوده أو انعدامه تهديداً، أو إضعافاً، أو تشويهاً، كليًّا أو جزئيًّا، دائمًا كان أو مؤقتًا، لوجود وضع آخر، يراد له الثبات والقوة والاستمرار، وتحسين الأمر (الحضرمي أحمد، التوبي عبد الله،2020).

ويعرّف الباحث التحدي إجرائيا: بأنه العقبات أو المعيقات التي تحول دون وصول الرسالة بشكل صحيح أو سليم إلى الأفراد، وتؤثر على قدرته وكفاية في الأداء وتحول دون تحقيق أهدافه الموضوعة له، ويختلف التحدي بحسب الوسيلة أو الآلة المستخدمة بواسطته.

جائحة كورونا: هي جائحةٌ عالمية مستمرة حاليًّا لمرض فيروس كورونا كوفيد 19، سببها فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة(منظمة الصحة العالمية، 2020).

ويعرف الباحث جائحة كرونا: بأنها مرض خطير اجتاح العالم في فترة وجيزة ابتدأ من الصين ثم إيران ومن ثم بقية دول العالم، لم يتم السيطرة عليه بسبب اختلافه عن الأمراض الموجودة وعدم وجود اللقاحات المناسبة والمجربة، استطاع أن ينشر الهلع والخوف في مجتمعات العالم أجمع، كما أنه أضر بالاقتصاد العالمي في فترة وجيزة، وسبب أزمة اقتصادية ومالية وصحية عالمية.

الدراسات السابقة:

دراسة بن خليفة نوف (2020): بعنوان دور الاتصال في إدارة الأزمات- المراحل والاستراتيجيات، هدفت إلى التعرف على دور الاتصال من خلال المراحل التي يمر بها. اتبع الباحث المنهج الوصفي وهو "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتباينة من أجل الوصول إلى نتيجة، وتوصل إلى ما يأتي:

تمر المجتمعات في الوقت الحالي بزحمة من الأزمات على اختلاف أنواعها ومستوياتها، حتى إنها أصبحت سمة من سمات المجتمع المعاصر على الرغم من التطور الحاصل في التكنولوجيات الحديثة، ما جعل منها محورا أساسيا في المضامين الإعلامية، حيث أصبحت الأزمات والكوارث وغيرها من الأحداث المثيرة مادة أساسية في وسائل الإعلام المختلفة، التي تسارع إلى تغطيتها من أجل تزويد الجمهور بكل مستجداتها، مما زاد من أهمية البعد الإعلامي لمواجهة الأزمة في مختلف مراحلها، ولأن وسائل الإعلام تتأثر بالجوانب السياسية والاقتصادية والإعلامية، فإن لها توجهات معينة في معالجتها وتغطيتها للأحداث والمواقف والشخصيات، قد تحد أو تطور من الأزمة، لذا يجب أن يكون الإعلام طرفا فاعلا في المستويات المختلفة للأزمة، من خلال تقديم المعلومات الصادقة وتفسيرها

والتعليق عليها لتهيئة المناخ العام للتكاتف مع الأزمة، بالاعتماد على استراتيجيات واضحة ومدروسة، يقوم على تنفيذها إعلاميون مختصون في إعلام الأزمات.

دراسة السيد شيما (2019): بعنوان تطور دراسات إدارة اتصالات الأزمة " تحليل من المستوى الثاني للبحوث المنشورة خلال الفترة من عام 2010 إلى 2019"، هدفت الدراسة إلى دراسة اتصالات الأزمة على المستوى النظري والتطبيقي ومدى فاعليتها في احتواء الموقف وتحسين سمعة المنظمة، وتناولت الدراسة بالتحليل نماذج من البحوث العربية والأجنبية في مجال إدارة اتصالات الأزمات والكوارث بهدف رصد التطورات العلمية والنتائج القيمة في هذا المجال والتعرف على المناهج والأطر النظرية والمعرفية التي تم الاعتماد عليها، في محاولة لتقديم إضافة ورؤية مستقبلية لتطوير البحوث في هذا المجال.

استخدمت الدراسة منهج تحليل المستوى الثاني وهو أسلوب يعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية للدراسات والبحوث التي يتم نشرها في مجال معين وعلى مدى فترة زمنية ممتدة ومن مجموعة متنوعة من المصادر، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من البحوث العربية والأجنبية التي تناولت إدارة الاتصالات الأزمات والكوارث في الفترة ما بين عام 2005 إلى 2019 وتضمنت العينة 125 بحثا.

واقترحت الباحثة رؤية لتطوير البحوث العربية في هذا المجال على مستوى أجندة القضايا البحثية الأطر النظرية والمناهج البحثية.

دراسة جازية بن رابح (2019): بعنوان إدارة الأزمات بين مخاطر الصمت وآليات الاتصال المستهدف، هدفت الدراسة إلى تحليل إدارة الأزمات للتعرف على الآليات الصحيحة في إدارة المخاطر. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل الأدب النظري والدراسات السابقة أن تتحول إلى وضعيات معقدة بالنسبة للمؤسسة خاصة إذا لم تحضر هذه الأخيرة لمخطط عمل يستهدف إدارة وتسييرا فعالا للأزمات، ومخططا يستلهم فعاليته من اشتماله على باب مخصص للاتصال الشامل وللاتصال الاستعجالي المستهدف. غير أنه لا يجب حصر اتصال الأزمة في مجرد قواعد وتعليمات وخطط يجب على المؤسسة اتباعها حال وقوعها في وضعية معقدة، بحيث لا وجود لقاعدة عامة أو لوصفة يمكن أن

تقي المؤسسة تبعات الوضعيات الحرجة التي يمكن أن تواجهها إلا أن الأكيد هو أن الاتصال السريع وتفادي الصمت يظهر حلا ملائما وناجعا. سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية استعراض الخيارات الاستراتيجية ما بين الاتصال المستهدف وتفادي الصمت.

كما أن عدم التحكم في الاتصال يمكن أن يؤدي إلى نتائج سلبية بالنسبة للمؤسسة، مما يجعل القائم بالاتصال يفضل التروي والتزام استراتيجية الصمت لفترة تحضير الاتصال للأزمة، كما حاولنا أن نبين من خلال هذا المقال، المستحسن أن يحدث الاتصال في أوقات الأزمات بطريقة مستهدفة موجهة، أو لأطراف محددين دون غيرهم، لبلد معين، لفئة معينة استراتيجية اتصال مدروسة مما يشكل مخرجا أضمن وأسلم للمؤسسة.

دراسة البدوي ثريا(2018): بعنوان وسائل الاتصال وإدارة الأزمات في الولايات المتحدة الأمريكية رؤية تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من 1992 إلى 2017، وفى هذا السياق، هدفت إلى التعرف على كيفية تناول مفاهيم الأزمة ومعالجتها اتصاليًّا وإعلاميًّا على المستويين الفكري والمنهجي في الدراسات الأمريكية؛ وتحليل أطر إدارة اتصالات الأزمات في الثقافة الأمريكية، وتوصيف النموذج الاسترشادي الاتصالي المتبع في أدبيّتها، وتم تحليل(65) دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، في الفترة الزمنية من 1992 حتى 2017م.

أوضحت النتائج أنه لم تنفصل الدراسات الأمريكية في بداية القرن العشرين عن قوة الولايات المتحدة الأمريكية التكنولوجية؛ حيث تم التركيز على الاتصالات المتكاملة، من وسائل اتصال وإعلام تقليدية ورقمية وشخصية ووسطية، في إدارة اتصالات الأزمات، وقد انتقلت الدراسات الأمريكية من مستوى Micro أو الاهتمام بالجوانب العلمية لإدارة الأزمات والتطبيق المحدود على المستوى الداخلي المؤسسي، إلى مستوى Macro من حيث معالجة الأزمة على المستوى الإقليمي أو الدولي، ومن منظور فكري ومنهجي، تميل الأدبيات الأمريكية نحو النماذج التقليدية في بحوث الاتصال الجماهيري، بما تحمله من نظريات وتطبيقات وأدوات منهجية، ومحدودية التساؤلات المرتبطة بالجمهور أو بجماعات المصالح؛

حيث اتسم الجمهور بالسلبية، ولم تهتم الدراسات بطبيعة مشاركته- إن وجدت - في إدارة اتصالات الأزمة.

دراسة Mazzei & Ramazani(2010): بعنوان الاتصالات بين المديرين والموظفين خلال الأزمة، هدفت الدراسة إلى التعرف على فعالية الاتصالات الداخلية أثناء الأزمات من خلال معرفة كيف تتواصل الشركات الإيطالية مع موظفيها خلال الأزمة المالية العالمية ما بين عام 2008-2009. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت العينة العشوائية حيث تم أخذ عينة عشوائية بمقدار 135 شركة إيطالية وتم استرجاع 61 استبانة أي بنسبة 45% من عينة الدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: هناك خلل في الاتصالات داخل الشركات، وتوصلت الدراسة إلى أنه كثيرا ما يحدث سوء فهم من الموظفين للرسائل التي تريد أن توصلها لهم إدارة الشركات، إلا أن الشركات التي لها خطة اتصالات ممتازة هي التي تنوع في استخدام وسائل الاتصال داخل الشركة، وأيضا يشتكي الموظفون من استخدام أنواع الاتصال الهرمية، وتستغل الأزمات لكي تختبر فاعلية الاتصال وعدم وضوح الرسائل، كذلك عدم الاستماع لهم خلال الأزمات.

التعليق على الدراسات السابقة:

تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في العديد من الأمور أولا: كونها أخذت شقين أساسين للدراسة وهما: الأول: شق الاتصالات وأنواعه ووسائله والثاني: شق إدارة الأزمات المختلفة من حيث المفاهيم والمصطلحات والأطر النظرية الواقعية، كما تشابهت أيضا مع الدراسات السابقة الحالية في المنهج المستخدم في الدراسة وهو المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بوصف وتحليل الواقع، كما تتفق هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة بشكل كبير من حيث الموضوع وهو الاتصالات، ومن حيث الاستفادة في تصميم الاستبانة، وكذلك الإطار النظري للدراسة.

واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها ركزت على أزمة حقيقية قائمة أثرت على العالم واستمرت فترة زمنية أكبر عن بعض الأزمات الأخرى، كما أنها- الدراسة الحالية- أخذت الجانب التطبيقي من خلال تطبيق

استبانة على عينة الدراسة، ويتم من خلالها معرفة دور الاتصال في إدارة الأزمات ومعرفة التحديات التي تواجه فريق إدارة الأزمات للتوصل إلى حلول ومقترحات نظرية يتم الأخذ بها، كما أن الدراسة الحالية تحاول أن تجمع بين الأطر النظرية والتطبيقية لوسائل الاتصال المختلفة، لذلك تم بناء الاستبانة وفقا للأطر النظرية والدراسات السابقة التي طرحت في هذا المجال.

الإطار النظري:

الاتصال:

الاتصال من ضروريات الحياة التي نعيش فيها، ويعتبر نوعا من النشاط الإنساني المستمر والذي يرتبط ارتباطا وثيقا بالأنشطة التي يقوم بها الإنسان في الحياة، فهو ليس محورا واحدا، وإنما متعدد المحاور لذلك من الصعب أن يكون له تعريف واحد شامل، من قبل الكتاب والباحثين، لذلك علماء النفس والتربية والإدارة يركزون على أن الاتصال بمختلف أنواعه وأشكاله، يمكن أن يكون وسيلة فاعلة للتأثير العميق في سلوك الأفراد والجماعات، وهو عبارة عن سلوكيات وأعمال يملكها الفرد، قد تكون لفظية أو مكتوبة أو إيماءات أو إشارات بين أكثر من فرد، عن طريقها يكون التأثير واضحا في نفوس الآخرين المشتركين فيها.

أما من وجهة نظر علماء الإدارة فالاتصال: "عملية توصيل قدر من المعلومات والحقائق من وجهة تملكها إلى وجهة تريدها لإنجاز عمل أو اتخاذ قرار أو تغيير سلوك" أيضا "العملية المتضمنة نقل الآراء ثم تلقي الردود عنها عن طريق نظام دقيق للمعلومات المرتدة بغرض التوصل إلى أفعال محددة تؤدي أهداف التنظيم (الطنوبي محمد، 2001).

فالاتصال بتعدد أنواعه وأشكاله يبقى واحدا، إلا أن التعامل معه مختلف فعندما نبحث مثلا عن اتصال الأزمة أو الأزمات نجد أن هذا النوع قد وجد من بداية الحياة على الأرض إلا أنه كعلم حديث ظهر في بداية التسعينات حسب الكتب والمراجع التي ذكرها الباحثون والعلماء، ويقصد به عملية الاتصال خلال فترة الصعوبات والكوارث والاضطرابات التي تمر بها المؤسسة، وهو عبارة عن اتصال منظم مترابط بمخطط شامل للأعمال والأهداف المسطرة لمواجهة الأزمة،

حيث بدا الحديث عنه تزامنا مع حدوث العديد من الأزمات بمختلف أنواعها والكوارث الطبيعية والبيئية من زلازل وفيضانات...الخ، فبدا الحديث عنه بشدة وأصبح محل اهتمام العديد من دول العالم وصناع القرار معتبرين إياه ضرورة ملحة لا بد منها ومخططا بديلا عن المخططات التقليدية في مجابهة هذه الأزمات (Malaoui Houria، 2020) الاتصال أثناء الأزمة.

الأصل في الاتصالات وخصوصا في الأزمات والكوارث الأخذ بمبدأ رئيس في جميع المواقف والحالات وهو: عدم الانعزال الانفرادي في حال حدثت مأساة أو مشكلة أو كارثة ما والاتصال هو الأمر الأكثر فاعلية في ظروف الأزمة والمواقف الشبيهة، فالاتصال الذي يقدم بسرعة كبيرة المعلومات والبيانات التامة والصريحة لوسائل الإعلام الجماهيري الواقعة في مركز الأحداث، هو الإعلام الحقيقي الذي يحبه جميع فئات المجتمع، وهو الذي يكون في موقف الصدق والشفافية، ويكون محل احترام وتقدير من كل جهات المجتمع، ولذلك لا بد أن يكون هناك تعاون بين إدارة الأزمات وإدارة العلاقات العامة بالدولة، حتى يؤدي الاتصال الغرض الرئيس الذي وضع من أجله، وحتى يؤدي الاتصال الغرض الرئيس الذي وضع له لا بد أن يتبع عدة أمور وطرائق أهمها ما يأتي: (عضيبات ولاء 2010):

1. أن يتم وضع الشخص المناسب في المكان المناسب له؛ لكي يكون هو المتحدث الرسمي باسم الدولة أو المنظمة خلال الأزمة.
2. أن يطرح التساؤل التالي وهو هل تمَّ تدريب وتأهيل الفرد المختار على عملية الاتصال بالآخرين بشكل خاص في مجالات ومهارات التحدث وعملية العرض والتقييم والحوار مع الأطراف الأخرى؟
3. ما هو الموقع الذي تم تحديده لغرفة العمليات أو مركز إدارة الأزمات بالمنظّمة؟ وهل هو مناسب؟ وهل الأجهزة التي تتواجد في المركز ككل من الأجهزة وبرامج العمل التي بحاجتها، التلفزيونات وغيرها.
4. تحديد الشخص المناسب الذي يقوم بإعداد البيانات الصحفية بمختلف أنواعها، وحول حقيقة هذه المعلومات والبيانات التي تخص الأزمة إلى فريق إدارة الأزمات.

5. العمل على تكوين الاتصال والتعريف بين الأعضاء في فريق إدارة الأزمات ووسائل الإعلام، التي تقوم على تغطية السيناريوهات التي يقومون بتجهيزها، كذلك العمل على متابعة الصحافة في إجراء عملية التقييم لما يتم.
6. وضع خريطة تبين سلسلة وقنوات إصدار القرارات والتعليمات والأوامر أثناء الأزمة؛ لتجنب التعارض في المسؤوليات، وأن يتم التنسيق بين المسؤوليات مع عرض هذه الخريطة على الإدارات الداخلية.
7. تحدد نظام اتصال ليتم إحاطة وإعلام الموظفين في المنظّمة بأحداث الأزمة، قبل أن يتم الإعلان عنها للصحافة والإعلام؛ لكي يتم اكتساب ثقة الموظفين في المنظّمة.
8. أن يتم تحديد طبيعة العملاء الذين سيتم الاتصال بهم، وأن يتم التعامل معهم واللغة المناسبة معهم.

إجراءات الدراسة الميدانية:

عينة الدراسة: شملت الدراسة عينة عشوائية، بلغ عدد أفراد العينة المختارة (127) من مختلف أنحاء محافظات السلطنة ذكورا وإناثا.

أدوات الدراسة: الأداة الرئيسة التي استخدمها الباحث واعتمد عليها هي الاستبانة لمعرفة دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي واجهته ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان، وقد جاء تصميمها على فقرات، الأولى تخص البيانات الشخصية للعينة، ونوعها، ومؤهلها العلمي، أما الفقرة الثانية فقد كانت عبارة عن محورين (الأول يخص دور الاتصال واحتوى على 14 فقرة، أما الثاني فشمل التحديات التي تواجه الاتصال واحتوى على 13 فقرة.

استخدم الباحث في هذه الاستبانة مقياس ليكرت الثلاثي وهو عبارة عن مقياس ثلاثي يحتوي على ثلاثة خيارات وهي: (موافق بشدة، محايد، موافق). حيث تم ترميز النتائج بالجدول الآتي وفق المقياس.

المتوسط	1.66-1	2.33 -1.67	3-2.34
التقدير	قليلة	متوسطة	كبيرة

صدق وثبات الاستبانة: للتأكد من صدق الأداة وثباتها قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من أفراد المجتمع، وقام باستخراج الثبات وقياس الصدق بطريقة كورنباخ ألفا(Cronbach-ALPha) لحساب معامل الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته (0.880) وهو معامل ثبات مرتفع ومناسب لأغراض البحث الحالي.

تم عرض الاستبانة بصورتها الأولية على لجنة مكونة من (6) أفراد من أعضاء هيئة التدريس والقيادات العليا من مختلف الجامعات العربية، وطلب منهم إبداء مرئياتهم وملاحظاتهم حول مدى ملاءمة الفقرات لقياس ما أعدت لقياسه، كما طلب منهم إضافة الفقرات التي يرون أنها مناسبة.

هكذا توصل الباحث إلى صدق الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة وثباتها يضمن إجراء الدراسة والوصول إلى نتائج سليمة وواقعية تحقق المطلوب.

تحليل ومناقشة بيانات الاستبانة:

بعد أن قام الباحث بتفريغ بيانات بحثه، استخدم الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات بالحاسوب، وكان السؤال الثاني: ما دور الاتصال في إدارة الأزمات ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان؟

وللإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (T) لتقديرات أفراد عينة الدراسة. والجدول الآتي يوضح ذلك:

م	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	محور دور الاتصال	2.4578	.40977	--	كبيرة
1	تعامل فريق إدارة الأزمة مع الجمهور أثناء أزمة كرونا كوفيد 19 بطريقة جذابة.	2.417	.6836	7	كبيرة
2	طبق فريق إدارة الأزمة أثناء أزمة كرونا كوفيد 19 أهداف استراتيجية قابلة للتنفيذ.	2.402	.6815	8	كبيرة
3	تنوعت أهداف إدارة الأزمة أثناء جائحة كرونا كوفيد 19 بأنها بعيدة المدى ومتوسطة المدى وقريبة المدى.	2.346	.6712	10	كبيرة
4	استخدم فريق إدارة الأزمة وسائل اتصال مناسبة أثناء جائحة كرونا	2.630	.6016	3	كبيرة

5	استخدم فريق إدارة الأزمة رسائل واضحة وشفافة أثناء الأزمة.	2.504	.6531	5	كبيرة
6	ساعدت وسائل الاتصال الحديثة تأييد ومساندة المواطنين لفريق إدارة الأزمة	2.591	.6089	4	كبيرة
7	استفاد فريق إدارة الأزمة من تطبيق بعض التجارب بنظام الاتصالات في البلدان العالمية في كيفية التعامل مع الأزمة.	2.472	.6150	6	كبيرة
8	اتصفت لغة الاتصال المستخدمة من قبل فريق إدارة الأزمة في مخاطبة الجمهور بالسهولة والوضوح	2.638	.6258	2	كبيرة
9	استخدم فريق إدارة الازمة وسائل اتصال مناسبة لإيصال الرسائل للمجتمع	2.740	.5522	1	كبيرة
10	اتصفت الرسائل الموجهة إلى الجمهور بأنها رسائل مطمئنة دون إثارة المخاوف والقلق	2.260	.6692	12	متوسط
11	وجود تنظيم مناسب وصحيح للاتصالات خلال إدارة الأزمة من قبل الفريق	2.283	.6654	11	متوسط
12	يختار فريق إدارة الأزمة الوقت المناسب لإجراء الاتصال مع الجمهور.	2.402	.6815	8	كبيرة
13	يستخدم فريق إدارة الأزمة الشفافية في أثناء الاتصالات وعدم إخفاء المعلومات السيئة.	2.346	.7387	10	كبيرة
14	يستخدم فريق إدارة الأزمة تفعيل لغات الجسد أثناء الاتصالات مع الجمهور	2.378	.6415	9	كبيرة

نلاحظ من الجدول السابق أن جميع إجابات أفراد عينة الدراسة المختارة جاءت بدرجة كبيرة وهي فوق درجة (2.34-3) في جميع فقرات الاستبانة، ما عدا فقرتين فقط جاءت بدرجة متوسطة وهي وجود تنظيم مناسب وصحيح للاتصالات خلال إدارة الأزمة من قبل الفريق، وفقرة اتصفت الرسائل الموجهة إلى الجمهور بأنها رسائل مطمئنة دون إثارة المخاوف والقلق، ومن خلال هذه النتائج فإن ذلك يثبت بدرجة كبيرة وعظيمة حول الدور العظيم لعملية الاتصال عملية إدارة الأزمات ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان، كما يدل ذلك على أن فريق إدارة الأزمة قام بدور فاعل في تفعيل وسائل الاتصال من أجل احتواء أزمة كرونا كما وضحته إجابات العينة المختارة، وهذا يدل أيضا على أن فريق إدارة

الأزمة قام بجهود جبارة من أجل العمل على تفعيل الدور الرئيس الذي أسند إليه خلال هذه الجائحة.

كما أن عليه إعادة النظر وتحسين الأسلوب المستخدم أثناء بث الرسائل إلى الأفراد، حتى تكون الرسائل الموجهة لهم مطمئنة دون إثارة المخاوف والقلق، وخصوصا أن أفراد المجتمع في هذا الوقت يحتاجون إلى من يخفف من الضغوطات التي يتعرضون لها، كما أنه يجب النظر في طريقة تنظيم الاتصالات بطريقة مناسبة وصحيحة من قبل الفريق خلال إدارة الأزمة.

أما السؤال الثالث فجاء بالشكل الآتي: ما التحديات التي يواجهها الاتصال أثناء إدارة الأزمات ما بعد جائحة كورونا كوفيد 19؟ وللإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (T) لتقديرات أفراد عينة الدراسة. والجدول الآتي يوضح ذلك:

م	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	محور التحديات	1.9528	.54186	--	متوسطة
1	عدم تطويع التشريعات القانونية المنظمة لعملية إدارة الأزمة لتتناسب مع قوانين الاتصال	2.102	.6996	3	متوسطة
2	لم تكن وسائل الاتصال المستخدمة فى إدارة الأزمة متاحة لجميع شرائح المجتمع.	1.961	.8489	7	متوسطة
3	عدم إمكانية تكيّف شرائح المجتمع مع القرارات التى يصدرها فريق إدارة الأزمة بواسطة بعض الوسائل المستخدمة بالاتصال.	2.244	.7737	1	متوسطة
4	ضعف وسائل تكنلوجيا الاتصال كانت سببا فى عدم وصول الرسائل بصورة صحيحة من فريق إدارة الأزمة إلى شرائح المجتمع	2.063	.8975	4	متوسطة
5	عدم وضوح القواعد والتشريعات المنظمة لفريق إدارة الأزمة في وسائل الاتصال.	2.008	.7715	6	متوسطة
6	توجد ازدواجية لإدارة الاتصالات من قبل المؤسسات المشتركة في إدارة الأزمة	2.024	.7915	5	متوسطة

7	يوجد تشويش وعدم وضوح فى بث الرسالة من قبل فريق إدارة الأزمة.	1.843	.8206	8	متوسطة
8	وجود خلل فنى وتعطل وسائل الاتصالات أثناء إدارة الأزمة.	1.811	.8139	10	متوسطة
9	عدم وصول الرسالة الخاصة بالأزمة لشرائح المجتمع في الوقت المناسب	1.803	.8071	12	متوسطة
10	عدم الاهتمام بوسائل الاتصال الحديثة والاقتصار على التقليدية فى بث الرسائل أثناء إدارة الأزمة.	1.614	.7973	13	متوسطة
11	عدم اقتناع شرائح المجتمع بما يصدر من قرارات من قبل فريق إدارة الأزمة بسبب وسائل الاتصال غير فاعلة	1.969	.8159	7	قليلة
12	تواجه صعوبة للتأقلم مع القرارات الصادرة بوسائل الاتصال الغير مرئية من فريق إدارة الأزمة لعدم رؤية أشياء توضيحية.	2.110	.7371	2	متوسطة
13	استخدام وسيلة اتصال واحدة طول فترة وجود الأزمة أثر تأثيرا سلبيا على بعض القرارات الصادرة من فريق إدارة الأزمة	1.835	.8335	11	متوسطة

نلاحظ من الجدول السابق أن جميع إجابات أفراد عينة الدراسة المختارة حول التحديات التي تواجه فريق إدارة الأزمات حول وسائل الاتصال، جاءت بدرجة متوسطة قريبة من الدرجة الكبيرة في بعضها وهي فوق درجة (1.67- 2.33) في جميع فقرات الاستبانة، ما عدا فقرة واحدة فقط جاءت بدرجة قليلة وهي عدم اقتناع شرائح المجتمع بما يصدر من قرارات من قبل فريق إدارة الأزمة بسبب وسائل الاتصال غير الفاعلة، وهذا يدل على وعي أفراد المجتمع في تقبل الجهات المسؤولة.

من خلال هذه النتائج أيضا يثبت بدرجة فوق المتوسطة وقريبة من الكبيرة حول وجود التحديات التي تواجه إدارة الفريق في وسائل الاتصالات أثناء إدارة الأزمات، ولذلك لا بدّ من العمل على تطويع تلك التحديات ومعالجتها حتى لا تكون

تحديات مستقبلية تواجه إدارة الفريق المسؤول عن إدارة الأزمات في سلطنة عمان.

أما السؤال الرابع فجاء بالشكل الآتي: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.5) بين دور الاتصال والتحديات التي تواجهه يرجع لنوع الجنس أو المؤهل العلمي؟ وللإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (T) لتقديرات أفراد عينة الدراسة. والجدول الآتي يوضح ذلك:

نتائج اختبارات لعينتين مستقلتين

	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
دور الاتصال	ذكر	94	2.4400	.42540	125	-.827	0.410
	أنثى	33	2.5087	.36279			
التحديات	ذكر	94	1.9288	.55804	125	-.840	.403
	أنثى	33	2.0210	.49452			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن متوسط الفروق في محور دور الاتصال في إدارة الأزمات ما بعد جائحة كرونا بين الذكور والإناث والمؤهل الدراسي جاء بمتوسط حسابي (2.4400) للذكور وانحراف معياري (.42540) وجاء بمتوسط حسابي (2.5087) للإناث وانحراف معياري (.36279) ولذلك كان مستوى الدالة (0.410) مما يدل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين.

أما من حيث محور التحديات التي يواجها الاتصال أثناء إدارة الأزمات ما بعد جائحة كرونا من حيث الفرق بين الجنسين الذكور والإناث فقد جاء بمتوسط حسابي (1.9288) للذكور وانحراف معياري (.55804) وجاء بمتوسط حسابي (2.0210) للإناث وانحراف معياري (.49452) ولذلك كان مستوى الدالة (0.403) مما يدل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين.

نتائج تحليل التباين الأحادي (Anova)

		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
دور الاتصال	بين المجموعات	.383	3	.128	.756	.521
	داخل المجموعات	20.774	123	.169		
	المجموع	21.157	126			
التحديات	بين المجموعات	.638	3	.213	.720	.542
	داخل المجموعات	36.356	123	.296		
	المجموع	36.995	126			

يلاحظ أن بقياس التناسق في محوري دور الاتصال في إدارة الأزمات ومحور التحديات التي تواجه الاتصال سواء كان بين المجموعات أو داخلها، جاء مستوى الدلالة 0.521 في المحور الأول، وهذا يدل على أنه دال إحصائيا، كذلك المحور الثاني جاء مستوى الدلالة 5.42 وأيضا يؤيّد وجود دلالة دالة إحصائية ويؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من حيث المؤهل الدراسي.

نتائج الدراسة:

إن الاتصال بمختلف أشكاله وأنواعه يعد بمثابة العمود الفقري لأي دولة بغض النظر عن مساحتها وعدد سكانها ومقوماتها، فبعد إجراء الدراسة الحالية عن دور الاتصالات في إدارة الأزمات ما بعد جائحة كرونا في سلطنة عمان، تأكّد أن للاتصال دورا كبيرا في إدارة الأزمات من خلال ما يقوم به من مهام والتي تركزت في الآتي:

- يقوم الاتصال بعمليات التنسيق بين مختلف المعلومات والبيانات المرسلة والمستقبلة من فريق إدارة الأزمة إلى الجمهور، والتي بدورها تسهم بشكل كبير في إدارة الأزمة بمهارة واحترافية عالية.
- يسهم الاتصال بشكل كبير في عملية إخبار الجمهور والتوعية من الأخطار المحتملة التي يمكن أن يتعرض لها، وما هي الإجراءات التي يمكن أن يتخذها أو يقوم بها لتجنب الوقوع في الأزمة أو محاولة التقليل من أثرها.

كما تؤكد الدراسة على أن هناك مجموعة من التحديات التي ينبغي أن يتم معالجتها أو محاولة تجنبها والتي من أهمها ما يأتي:

- المحدودية في استخدام وسائل التواصل الحديثة لمواجهة الأزمات.
- عدم تطويع التشريعات القانونية المنظمة لعملية إدارة الأزمة لتتناسب مع قوانين الاتصال.
- عدم إمكانية تكيّف شرائح المجتمع مع القرارات التي يصدرها فريق إدارة الأزمة بواسطة بعض الوسائل المستخدمة بالاتصال.

كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور الاتصال في إدارة الأزمات والتحديات التي تواجهه عند مستوى 0.05 بين أفراد العينة سواء بين الجنسين(الذكور والإناث) أم بين الأفراد من حيث الفروقات في مدى امتلاكهم للمؤهلات الدراسية.

التوصيات:

- استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في الاتصال ومواكبة التطور في هذا الجانب بشكل حقيقي يستلزم تطوير شبكة معلومات بين كافة الإدارات لتسهيل حرية تدفق المعلومات خلال إدارة الأزمة بجميع مراحلها.

- جعل التخطيط لاتصالات الأزمة جزءا من التخطيط الاستراتيجي للدولة وإجراء التجارب الافتراضية للتعامل مع الأزمات المحتملة بتطبيق الخطط الاتصالية لاختبار مدى كفاية وفاعلية تلك الخطط.

- تشجيع الاتصالات غير الرسمية خلال الأزمة وذلك لأهمية الحصول على المعلومات والبيانات بطريقة سهلة وسريعة.

المراجع:

1. أبو النصر مدحت محمد (2012) مهارات الاتصال مع الآخرين، المجموعة العربية للتدريب والنشر، جمهورية مصر.
2. بن خليفة نوف (2020) بعنوان دور الاتصال في إدارة الأزمات- المراحل والاستراتيجيات، مجلة الدراسات الإعلامية مجلة علمية دورية دولية محكمة، عدد12، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا –برلين.

3. بوشارب شوقي (2015) اتصال الأزمة ودورها في إدارات الأزمات أم البواقي نموذجا، مذكرة الحصول على الماجستير، الجزائر.
4. الحضرمي أحمد، التوبي عبد الله (2020) واقع التعليم الإلكتروني بالجامعات العمانية وتحديات تطبيقه في ضوء التحول الرقمي، مجلة المؤتمرات العلمية الدولية، العدد 4، المركز الديمقراطي ألمانيا- برلين.
5. محمد حافظ حجازى2006 لمنظمات العامة (البناء- العمليات- النمط الإداري) مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع لطبعة 1 مجلدات:1
6. محمد محمد الطنوبي (2001) نظريات الاتصال، جامعة الإسكندرية، جمهورية مصر العربية. ص.98.

المراجع الأجنبية:

7. Lehmann, Dominik, Brenner, Beatrice, Juliet 2014, Checklist Communication de Cries, Recommendations en mature de gestation de cries et de relations avec les medias, MAZ l’école Suisse de journalism.
8. Mazzei, Alessandra &Ravazzain, Siliva, (2010), " Manager-Employee communication during a crisis: the missinglink", Institute of Economics and Marketing, IULM University, Milan, Italy.

مواقع الإنترنت:

9. ولاء عضيبات (2010) أبريل دور الاتصال في إدارة الأزمات https://el3arabi.com
10. (HOURIA MALAOUI،2020) مدخل الى اتصال الأزمات https://telum.umc.edu.
11. السبتية حفصة 2018 15 سبتمبر أهمية الاتصال والتواصل في المؤسسات جريدة عمان https://www.omandaily.om/?p=628172
12. البدوي ثريا(2018) بعنوان وسائل الاتصال وإدارة الأزمات في الولايات المتحدة الأمريكية رؤية تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من 1992 إلى https://www.arabmediasociety.com/2017

جدل أخلاقيات مهنة الصحافة
بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة: مواطن الثبات والتغير

1- د/ مصطفى ثابت 2- د/ فضيلة تومي

1- جامعة قاصدي مرباح ورقلة/مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف / tabet.moustafa@univ-ouargla.dz

2- جامعة قاصدي مرباح ورقلة/مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف / toumi.fadhila@univ-ouargla.dz

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة العلمية لدراسة التطورات التي يعيشها المجال الإعلامي بعد ظهور ما يسمى بالإعلام البديل أو صحافة المواطن، تلك الصحافة التي تجاوزت كل الحدود المكانية والثقافية وتفرض نفسها حتى على أولويات نشاط وسائل الإعلام التقليدية، غير أنها وفي المقابل خلقت تحديات جديدة ومظاهر أثرت سلبا على التداول الإعلامي والمعلوماتي، خاصة ما تعلق بموضوع مصداقية المصادر والمعلومات التي تبثها، وكذا عدم تقيد روادها بأخلاقيات النشر المتفق عليها في عرف الصحافة، وكل ذلك نتيجة سهولة الاستخدام من جهة، وإفلاتهم من سلطة الرقابة والمحاسبة من جهة أخرى، وهو ما سيعيد حتما النقاش حول جدل الصراع بين الإعلام الجديد والتقليدي وبالأخص وقت الأزمات.

الكلمات المفتاحية:

صحافة المواطن، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، أخلاقيات الصحافة، المصداقية.

مقدمة:

يعد موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية من أبرز المواضيع التي تطرح للنقاش سواء على مستوى الدراسات والبحوث العلمية أو على مستوى الممارسات الصحفية المهنية، نظرا للتحديات العلمية وثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبعات العولمة الإعلامية والثقافية؛ أين برزت أدوار جديدة ألقيت على عاتق الإعلام لخلق ثقة ومصداقية تبادلية بين الإعلام بمؤسساته والجمهور بمختلف تركيباته، ولعل قيمة أخلاقيات الصحافة والممارسة الإعلامية تتعاظم أكثر فأكثر خاصة وقت الأزمات على غرار ما يعيشه العالم اليوم من أزمة جائحة كوفيد 19، هذه الأزمة الصحية التي عصفت بمختلف المجالات الاجتماعية وقلبت موازين الحياة البشرية برمتها، وحتما كان الإعلام فيها بأدواره المعهودة لاعبا أساسيا سواء في تتبع مراحل هذه الأزمة العالمية أو إدارتها بشكل عام، غير أنه هو الآخر لم يسلم من تداعيات هذه الجائحة التي كان لها وقعها الخاص على مهام الإعلام وأدواره الاجتماعية، وأعادت طرح بعض الإشكالات العلمية التي لا زالت تنتظر البحث والتقصي، ومنها علاقة الإعلام التقليدي بالإعلام الجديد واختلاف الممارسة الإعلامية بين البيئتين.

ومن أبرز مظاهر البيئة الإلكترونية الجديدة ظاهرة توثيق الأحداث والوقائع الطارئة من قبل نشطاء ورواد الشبكات الاجتماعية مستخدمين في ذلك الهواتف المحمولة لنشر تلك الوقائع وتحقيق السبق الإعلامي وخلق الإثارة والتفاعل على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، لذا أضحى ما يسميه أهل الاختصاص "صحافة المواطن" يثير الجدل عقب كل كارثة طبيعية أو حادثة مؤلمة تحصد الأرواح أو تخلف الخسائر المادية مثل ما يعيشه العالم اليوم في ظل أزمة جائحة كوفيد 19، أين أصبح المواطن الصحفي فاعلا مهما في الساحة الإعلامية والفضاء الإلكتروني ويستطيع بواسطة هاتفه الجوال توثيق حقائق قد لا يتركها مقص الرقابة في الإعلام التقليدي الموجه تأخذ طريقها إلى البث والوصول إلى كافة الجمهور.

ولعل من أقوي الاختبارات التي تعيشها صحافة المواطن وشبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن هو الواقع الجديد الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا

في أنحاء العالم وكل ما له علاقة من أخبار وأحداث؛ إذ بقدر ما أسهمت تلك الصحافة والشبكات في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية، لأن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي من مدونين ومنشطي المنصات المختلفة يتحمل جانبا كبيرا من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة، بل وتعمد البعض إبراز الجانب المظلم والقاتم وتفاصيل حالات الموتى بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، وهناك من سعى للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة زعموا أنها تعالج وباء كورونا.

وهو الأمر الذي دفع ببعض إدارات مواقع التواصل على غرار فيسبوك، تويتر وقوقل إلى التعهد بالعمل مع الحكومات من أجل محاربة المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة.

كل هذا جعل السلطات في مختلف الدول تتحرك للوقوف في وجه هذه الفوضى الإعلامية واتخاذ إجراءات للتصدي للوباء الإعلامي الموازي للوباء البيولوجي، حيث قررت بعض الدول العربية معاقبة الأطباء الذين ينشرون أخبار المستشفيات عبر حساباتهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي، وهناك من حذر من المشاركة في نشر أو تداول الشائعات الذي تنجر عنه المساءلة القانونية.

بشكل عام يبدو أن أهم تحدٍّ تواجهه صحافة المواطن ووسائل التواصل الاجتماعي خلال هذه أزمة جائحة كورونا متعلقا بالمصداقية وأخلاقيات التعامل مع الأخبار والوقائع، رغم مزاياها كوسيلة سريعة لتداول ونقل الأخبار، مما يعيد طرح مسألة أهمية وقيمة الإعلام التقليدي في أوقات الأزمات.

من خلال هذا الطرح، تحاول هذه الورقة البحثية الإجابة عن تساؤل مفاده:

هل تلتزم صحافة المواطن ومواقع التواصل الاجتماعي بالمبادئ الأساسية لأخلاقيات النشر الإعلامي والممارسة الصحفية؟

1- مدخل مفاهيمي لأخلاقيات مهنة الصحافة:

تعتبر الأخلاق بوجه عام حالة من الوعي الإنساني المنظم لسلوكيات البشر في حياتهم الاجتماعية، وذلك بوضع جملة من المعايير التي يقيم بها سلوكياته المتنوعة وتمثل التزامات وواجبات عليه التقيد بها في كل الأحوال والظروف، لهذا فإن لكل مهنة واجباتها الأدبية التي تنشأ معها وتترعرع في أحضانها؛ حيث إن من يمارسها يجد نفسه ملزما بالانصياع لهذه الواجبات بوازع من ضميره وبدافع من خلقه بغض النظر عما إذا كان المشرع قد قام بتقنين هذه الواجبات أم لا، وهذه الواجبات الأدبية هي ما يعرف باسم أخلاقيات المهنة، أما كلمة أخلاقيات فتعني مجموعة من المبادئ التي تدور حول أربعة محاور رئيسية هي القيام بالأعمال الهادفة، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، وعدم الخداع في أي تعاملات وعدم التحيز في القيام بأي ممارسات لصالح طرف دون آخر. (حسني نيازي الصيفي، 2009، ص 07)

ويقصد بها أيضا قواعد السلوك الموجهة إلى الطريقة الأفضل للتصرف في مواقف معينة والمستمدة من مصادر عدة كالأديان السماوية وأقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد، كما وتعني الأخلاقيات المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناها جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية(حسني محمد نصري، 2010، ص 270)، لذا فالمسؤولية القانونية تختلف عن المسؤولية الأخلاقية باختلاف أبعادها، فالمسؤولية القانونية تتحدد بتشريعات تكون أمام شخص أو قانون، لكن المسؤولية الأخلاقية أوسع وأشمل من دائرة القانون لأنها تتعلق بعلاقة الإنسان بخالقه وبنفسه وبغيره، فهي مسؤولية ذاتية أمام الله والضمير، أما دائرة القانون فمقصورة على سلوك الإنسان نحو غيره وتتغير حسب القانون المعمول به في المجتمع وتنفذها سلطة مختصة، وأما المسؤولية الأخلاقية فهي ثابتة ولا تتغير وتمارسها قوة ذاتية تتعلق بضمير الإنسان الذي هو سلطته الأولى. (حسن نيازي الصيفي، 2009، ص7)

وبخصوص أخلاقيات العمل الإعلامي فقد وردت فيها عديد التعريفات باختلاف المنطلقات الفكرية من أهمها ما قدمه كوهين أليوت بالقول: إنها أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين، والمحررين، والمصورين،

وجميع العاملين أو ممن يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها، وعرفت الأخلاق المهنية للصحفي في الصحافة الاشتراكية لبروخوف على أنها تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية لم تثبت قانونيا بعد، ولكنها مقبولة في الوسائل الصحفية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية(بسام عبد الرحمان مثاقبة، 2012، ص 61)، ويعرف سليمان صالح أخلاقيات الإعلام أنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث، وتوجههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع. (حسني محمد نصر، 2010، ص 271)

وبشكل عام فأخلاقيات مهنة الصحافة هي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة، أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، أو هي جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أدائه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام (ولاء فايز الهندي، 2012، ص 154-156)، أما الفرق المعنية بتنفيذ الأخلاقيات فهُم صانعو الرسالة الإعلامية، المؤسسات الإعلامية، المعلنون والمؤسسات الإعلانية وأي فريق يقوم بأي عمل ذي صفة إعلامية.

2-أخلاقيات مهنة الصحافة النشأة والتطور:

إن الصحفيين يجب أن يتحرروا من أي التزام تجاه أي جهة صاحبة مصلحة إلا التزامهم نحو الجمهور ليعرف الحقيقة، لذا فقد اتجه الصحفيون إلى إقامة أساليب ذات طابع أخلاقي كحق الإمضاء، حق التعويض للحفاظ على حريته ومن هنا أتت فكرة القانون الذي يميز الصحافة عن غيرها من المهن، وكانت أول محاولة سويدية سنة 1916 ثم فرنسية سنة 1918 أين عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، ثم بدأ تدوين قواعد السلوك المهني للمرة الأولى مع بداية عشرينات القرن الماضي (ليلى عبد المجيد، 2005، ص 233)، كما كانت هناك محاولات أخرى في مختلف أنحاء العالم خاصة في الولايات المتحدة بعد التعديل الأول في الدستور الأمريكي وصدور بيان قواعد أخلاقيات الصحافة الصادر سنة 1922 تحت اسم "قوانين الصحافة" عن جمعية رؤساء

تحرير الصحف الأمريكية (جون ل هاتلنج، 1996، ص 14)، وفي 1962 تم وضع "قانون الآداب" الذي عرف تعديلات عديدة نسبة إلى النقابة الأكثر تمثيلا للصحفيين في الولايات المتحدة الأمريكية، وتميز هذا الأخير بالتفاف واسع للصحفيين حوله؛ حيث تضمن ثلاثة فصول هي: الآداب، الدقة، الموضوعية وقواعد التسيير.

وفي سنة 1936 كانت محاولة ثالثة في المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة براغ بتشيكوسلوفاكيا حيث تم التطرق إلى ما يجب على الصحافة فعله، كما انصب الاهتمام على تحقيق السلم والأمن العالميين وهذا راجع إلى أنها جاءت في فترة ما بين الحربين التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية، بالتالي أمكن القول إن أخلاقيات المهنة الإعلامية تعكس الظروف التاريخية التي تظهر فيها لتدعم هذه الأخيرة بوضع قانون من طرف النقابة الوطنية للصحفيين عام 1938 ببريطانيا تضمن القواعد المهنية التي يجب على الصحف تبنيها (ولاء فايز الهندي، 2012، ص 152)، هذا إلى جانب محاولات أخرى كانت لها أهمية في تاريخ مهنة الصحافة على غرار المحاولة التي قام بها المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين الذي انعقد في مدينة بوردو في 1939 ووصل إلى ما سماه" بعهد الشرف الصحفي" الذي ركز على ضرورة تحلي الصحفيين بالموضوعية، كما حدد مسؤوليات الصحافة إزاء المجتمع والحكومة وتنظيم علاقة الصحفيين فيما بينهم، ثم جاء المؤتمر الأول للصحافة القومية للأمريكيتين سنة 1942 بمدينة المكسيك الذي انتهى إلى أن الصحافة الكفؤة تتطلب الموضوعية والصدق واحترام السرية المهنية، وتطرق أيضا إلى العقاب والمسؤولية التي تلقى على الصحافة واتحاد الصحفيين بضرورة الابتعاد عن القذف ونشر الانحرافات والعنف وحماية الحياة الخاصة للأشخاص.

كما أعقب هذه المحاولات الفعالة التي أحدثت تغييرا في ميدان الممارسة الإعلامية وأثرت كثيرا في موضوع الرسالة الصحفية محاولات أخرى في دول العالم الغربية منها وحتى النامية فرضتها التغيرات الحاصلة عبر الزمن، مثل ما حدث في الهند سنة 1950؛ حيث أصدرت هيئة محرري الصحفي الهندية بيانا لتنظيم مهنة الصحافة طالبت فيه الصحفيين بالتفرقة بين الصالح العام والفضول العام وأن يسعوا دائما لخدمة الأول منهما (عبد اللطيف حمزة، 1960، ص 170-171)،

بالإضافة إلى المحاولة العربية بصدور دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب إزاء المجتمع العربي سنة 1964، وأيضا أستراليا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية سنة 1975. (ولاء فايز الهندي، 2012، ص 153)

3- مجالات أخلاقيات مهنة الصحافة: تكمن أهم جوانب الالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة والعمل الإعلامي في الآتي:

أ- أخلاقيات تعامل الصحفي مع مصادره: لعل أهم المبادئ الأخلاقية في هذا الإطار هو مبدأ الحفاظ على سرية المصادر أو ما يسمى بسر المهنة، الذي يعد ضمانة أساسية لممارسة العمل الصحفي والكشف عن الفساد والانحرافات في المجتمع، لأن حماية حق الصحفي في عدم الكشف عن أسرار مصادر معلوماته يعتبر من أهم الوسائل التي يمكن أن تكفل تدفق المعلومات إلى الجماهير، وبالتالي ضمان حق الجماهير في المعرفة ذلك أن هناك الكثير من النصوص القانونية في كل دول العالم التي يمكن بمقتضاها لموظفي الدولة أو الأشخاص الذين يطلعون على المعلومات بحكم مهنتهم على الكشف عن هذه المعلومات للصحفيين، ولذلك فإنهم لا يقومون بالكشف عن هذه المعلومات إلا إذا تعهد الصحفيون بعدم تحديد هويتهم أمام المحاكم أو الأجهزة الأمنية، بل وفي أغلب الأحيان فإن الصحفي لا يجد وسيلة أخرى للحصول على المعلومات سوى تقديم الوعد لهذه المصادر بعدم الكشف عن أسمائهم وهويتهم. (سليمان صالح، 2004، ص 107)

والإعلامي لا بد أن يحرص على ثقة مصادره، ويفضل بعض الصحفيين أحيانا مواجهة عقوبة السجن أو الغرامة عن تخليهم عن تعهداتهم لمصادرهم بعدم الكشف عنها، بالتالي فالعبارة التي تقول إن" الصحفي هو مجموعة مصادر" توضح أهمية مصادر الأخبار في الحصول على المعلومات وتقديمها للجمهور، والمسؤولية الإعلامية تحتم احترام مصادر المعلومات، لذا فالصحفي ليس هدفه كله الحصول على الأخبار بأي وسيلة، لكن الطريقة التي يحصل بها عليها هي التي تحدد وضعه ومصادره ونوعياتهم، ومدى ارتباطهم به من عدمه.(عبد الفتاح عبد النبي، 1989، ص 71)

إذا فالصحفي مطالب بحماية مصادره وتنفيذ كل الالتزامات التي يقدمها لها، من مراجعة القصة الإخبارية قبل نشرها أو حتى عدم نشرها أو بعض

تعليقاتها، أو عدم الإفصاح عن شخصيته وأسماء مصادره، ولا بد من الوفاء بها مهما كان الثمن، لهذا السبب يجب ألا يقدم الصحفيون هذه العهود باستخفاف وما لم تكن هناك حاجة ملحة للحفاظ على ثقة المصادر من قبل الصحفي فإن مصادر الأخبار يجب الكشف عنها (جون ل هاتلنج، 1996، ص 81)، وقد يفعل الصحفي كل ذلك بدافع أنانيته كأن يصون سمعته من خطر التحديات التي تهدد مصداقيته وكفاءته وقدرته على نقل الأخبار عن ذلك المصدر، كما قد يفعل ذلك لمساعدة جمهوره؛ إذ إنه من الموضوعات المثيرة للجدل أنه لو لم يمنح الصحفي حق الاحتفاظ بسرية بعض أسماء مصادر الأخبار وبعض المعلومات التي يحصل عليها فلن تصل إلى الجمهور من وجهات النظر المختلفة، وبذلك يحرم من حقه في المعرفة والمعلومة. (هربرت سترز، 1988، ص 86-104)

ومن المبادئ الأخلاقية الواجب الالتزام بها تجاه مصادر الخبر أيضا رفض مبدأ الاعتماد على وسائل غير مشروعة في الحصول على الأخبار والمعلومات والصور كسرقة الوثائق والمستندات، أو تنكر الصحفي في زي مختلف من أجل مشاركة الأشخاص والموظفين، أو حتى المسؤولين وخداعهم للحصول على الأخبار والمعلومات، ولا يقتصر الخداع على المصادر فقط بل أحيانا يتجاوزها لخداع الزملاء، فالصحفيون يجدون لذة خاصة في السبق الصحفي بأي وسيلة لذا فقد يستخدم كل ما يملكه من حيل شخصية تجعله ينفرد على زملائه في استقاء المعلومات من مصادرها، ويبرر الصحفيون الذين يتبنون هذه الطرائق بأن غايتهم شريفة وهي الكشف عن الحقائق، إلا أن آخرين يرون أنه لابد أن تكون الوسائل شريفة مثل أهدافهم تماما. (محمد حسام الين، 2003، ص 118)

ب- أخلاقيات تعامل الصحفي مع جمهور وسائل الإعلام: إن سلطة الإعلام بشتى أنواعه والمسؤولية الملقاة على عاتقه تقع على جميع الأشخاص المشتركين في عمليات جمع الأخبار وتوزيعها من محررين وصحفيين ومصورين ورؤساء تحرير وناشرين وغيرهم من مسؤولي المؤسسات الإعلامية، وعليه فالكل هنا ملزم بالتقيد قبل كل شيء بالموضوعية والدقة فيما ينقل وينشر، غير أن كل واحد من هؤلاء يمكنه التصرف في المعلومات بالشكل الذي يعتقد أنه مناسب وخاصة الصحفي الذي يعتبر النواة الأولى لجمع الأخبار (ولاء فايز الهندي، 2012، ص 196)، فهو

يستطيع أن يتغاضى عن بعض التفاصيل ويركز على البعض الآخر، وبين هذا وذاك قد يخل بمحتوى الخبر والمعلومة، لذا يجب عليه توخي الحذر في هذا الشأن قدر الإمكان، وإن حدث ووقع في هفوات الحصول على الأخبار وتنقيحها فعليه التزام التصحيح ومحاول تجنب ذلك قدر المستطاع لاحقا.

ومن بين مبادئ أخلاقيات العمل الإعلامي التي تطرح بقوة تجاه الجمهور مسألة الخصوصية ووجوب احترامها؛ حيث إن لكل شخص حياته الخاصة التي له الحق في التعامل معها بما يراه مناسبا وفي الاحتفاظ بأسراره ويحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فالحياة الخاصة لا تفيد الصالح العام، بل إن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان وهو حريته الشخصية في التصرف والعمل بدون أي رقيب سوى ضميره، غير أن المشكلة التي تظل قائمة دائما هي: إلى أي حد يمكن أن تبحث وسائل الإعلام عن المعلومات دون أن يشكل ذلك اعتداء على حقوق الآخرين وحق الفرد في الحفاظ على أسرار حياته الخاصة؟

تجدر الإشارة إلى أن من المبادئ المهمة في هذا المجال قيام الإعلاميين ووسائل الإعلام بتصحيح ما قد يقعون فيه من أخطاء غير متعمدة في حق الأفراد والهيئات، وتصويبها في إطار الالتزام بحق التصحيح والرد كمقابل موضوعي لحرية وسائل الإعلام في النشر أو الإذاعة. (ليلى عبد المجيد، 2001، ص 181-182)

4- صحافة المواطن وأخلاقيات مهنة الصحافة:

إن قواعد أخلاقيات مهنة الصحافة يكتسبها الصحفي خلال تكوينه العلمي والأكاديمي أو عند انتسابه للمؤسسة الإعلامية فيكون الصحفي أيا كان خط التحرير الذي يمثله ملتزما بأسس تلك القواعد ولو بدرجات متفاوتة من صحفي إلى آخر، ومن مؤسسة إلى أخرى.

لكن عند الحديث عن أخلاقيات مهنة الصحافة بالنسبة لصحافة المواطن يلاحظ أن هذه الأخيرة قد اخترقت حدود هذا الأفق المهني الخاص، باعتبارنا نتحدث عن صحفي جديد متحرر من كل هذه الالتزامات في البعدين التكويني والمهني، وبالتالي فإن الحديث عن الأخلاقيات بالنسبة إلى هذه الطبقة الجديدة يبدو ضربا من العبثية والاعتباطية، فخاصية التحرر تجعلها تفلت من أية محاولة

لضبطها وتصنيفها وتعريفها والتعامل معها في إطار تلك الخصوصيات والمميزات، وبالتالي فإن الحديث عن الأخلاقيات يبدو أمرا خياليا لا يفضي إلى جني عائدات ومكتسبات مهنية وثقافية.

إذن فرواد صحافة المواطن من مدونين وأصحاب صفحات الميديا الاجتماعية لا يلتزمون بأخلاقيات الصحافة المحترفة مثلما لا تخضع صحافة المواطن لأي إطار قانوني يحدد ضوابط النشر والبث، ونتيجة غياب القيود والحواجز صار بإمكان أي فرد أن يدلي برأيه حتى وإن كان باسم مستعار مع توفر تطبيقات إخفاء الهوية الإلكترونية على غرار Hotspot و Proxy مما ساهم في تحول صحافة المواطن في عديد المناسبات إلى مجال لنشر الإشاعات والأخبار الزائفة والمغلوطة، بل وواقع الحال يبرز دورها الفعال في الترويج للإرهاب والتطرف والعنصرية والتعصب الديني في ظل حرية فوضوية. (نهى بلعيد، 2016، ص 66)

ويضيف الباحث الصادق الحمامي في هذا الشأن أن مضامين صحافة المواطن في معظم بلدان الوطن العربي في أحيان كثيرة هي مضامين مشوهة تعكس وجهة نظر معينة في إطار صراعات إيديولوجية، وإن الكثير من تلك المضامين غير موثوق ويتضمن مزجا بليدا بين الوقائع والمواقف، فالمواطن الصحفي ليس دائما مواطنا مستقلا وبريئا ومتحررا من المصالح السياسية والأهواء الإيديولوجية، ويمكن لبعض المواطنين النشطين على الفايسبوك أن يكونوا أسوأ أخلاقيا من بعض الصحفيين الأقل احتراما لأخلاقيات الصحافة.

وهكذا يجوز القول إن صحافة المواطن غير بريئة؛ فالفضاءات الإلكترونية تحولت إلى فضاء فسيح يمارس فيه المواطنون العاديون أشكالا مبتكرة من الدعاية والتضليل، وتزوير الأحداث والتلاعب بها، والاعتداء على سمعة الناس وتشويه أعراضهم، ونشر المضامين المشينة، فصفحات الفايسبوك التي تنشر ما يسمى الأخبار البديلة والعاجلة يقال إن الميديا التقليدية تخفيها قد تكون صفحات تديرها جماعات إيديولوجية وحزبية أو ميليشيات فايسبوكية تتخفى وراء المواطن الصحفي وتمارس أشكالا مستحدثة من البروبغندا. (الصادق الحمامي، 2015، ص 15).

وأمام هذا المأزق يطرح بعض الباحثين في إشكالية التزام الإعلام البديل وصحافة المواطن بأخلاقيات الممارسة الإعلامية بتغيير زاوية النظر، والمرور من الحديث عن أخلاقيات مهنية إلى الحديث عن أخلاقيات اجتماعية أساسها التربية على وسائل الإعلام أو التربية الإعلامية، ويصبح بمقتضى ذلك دور المجتمع الأخلاقي هو إعداد الأجيال وتربيتها على حسن التعاطي والتعامل مع وسائل الإعلام بمختلف وجوهها وأقنعتها، لا باعتبارها مصدرا للحقيقة المطلقة بل باعتبارها شكلا من أشكال التعاطي مع الواقع في ظروف معينة.

ويتمثل أساس هذه التربية في التأكيد على أن الإعلام صناعة مرتبطة بالسوق والعرض والطلب، تفهم اليوم في سياق المرور من الامبريالية الرأسمالية الاقتصادية إلى الإمبريالية الثقافية الإعلامية.

وهذا الميثاق الأخلاقي الجديد مدعو للتخلص من المفهوم المعياري للأخلاق والانخراط في مفهوم جديد قائم على ثقافة الامتناع الذاتي بعيدا عن كل أشكال الرقابة والعقاب والجزاء، وعلى تمكن المتلقي على التعاطي بوعي وبخلفية منهجية على هذه الطفرة الإعلامية.

ويتأكد هذا الطرح الأخلاقي الجديد اليوم في ظل استحالة مراقبة المصدر بشكل يدعونا إلى تغيير خارطة تفكيرنا، والانتقال من الاشتغال على محور الصحفي الكاتب فقط إلى الاشتغال بشكل معمق على محور المتلقي، أي الانتقال من التركيز على الكتابة إلى العناية بالقراءة باعتبارها فعلا إبداعيا، أو كما يقول رولان بارت "أو ليست القراءة كتابة جديدة؟" في حديثه عن الدرجة الصفر من الكتابة. (ثريا السنوسي، 2014، ص 18)

5-صحافة المواطن وإشكالية المصداقية في عالم متغير:

نعيش اليوم في عصر الويب التفاعلي الذي مكن المستخدمين من التفاعل فيما بينهم من جهة، والتفاعل مع مختلف المحتويات الاتصالية عبر العديد من مواقع الويب من جهة أخرى. وأصبحت هذه المواقع مسهلة لخلق علاقات اجتماعية متعددة، وميسرة لمشاركة المستخدمين في إنتاج المحتوى الاتصالي وتوزيعه على نطاق واسع، وضمن هذا السياق الرقمي، أصبح المستخدمون قادرين على نشر أفكارهم وآرائهم وأخبارهم عن طريق النصوص والصور ومقاطع

الفيديو، دون وجود أي عائق خارجي يمنعهم من ذلك، وعليه ازداد خطر انتشار الأخبار الخاطئة والمضللة. يقول إمبرتو إيكو" يخبرك الإنترنت بكل شيء، ولا يخبرك بأن هذه المعلومات صحيحة"، وهو يشير إلى صعوبة تحديد مصداقية ما ينشر على الشبكة العنكبوتية (إبراهيم بعزيز، 2014، ص 219)، ولهذا السبب فإن تقييم مصداقية المعلومات والتحقق منها أصبح اليوم قضية أساسية للمستخدمين.

وتعرف المصداقية على أنها حكم صادر عن المتلقي بناء على مجموعة من العوامل بما فيها، الدقة، الإنصاف، العمق، الموثوقية، عدم التحيز، الصدق، بالإضافة إلى سهولة الاستخدام وجاذبية موقع الويب (Johnson, T. J, & Kaye, B. K, 2014, P 958)، وارتبطت مشكلة تقييم مصداقية المعلومات بظهور الصحافة في بداياتها الأولى، ولكن مع ظهور الإنترنت عموما، وصحافة المواطن بصفة خاصة زادت من تلك المشكلة. ويرى كريس هوغ أن صحافة المواطن تمتاز بضعف مصداقيتها، ونقص الكتابات الأصيلة والجديّة، مع انتشار التغطيات الإعلامية المتحيزة. (ChrisHogg: Is therecredibility in citizenjournalism)

لقد واجه الناس من قبل مشكلة الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر وسائط اتصالية مختلفة، وتبيّن أنّ المهارات المعرفية التي يحتاجها الناس لتقييم مدى مصداقية المعلومات لا تتعلق بنوع الوسيط، بقدر ما تتعلق بطرق الحصول على تلك المعلومات. (lanagin, A. J, & Metzger, M. J, 2008, p 17)

يتعامل الناس في حياتهم اليومية مع مصادر المعلومات التي يمكن أن تكون:

* **مؤسساتية:** أي المعلومات التي تقدمها المؤسسات المعروفة مثل المؤسسات الرسمية أو الصحف المشهورة.

* **مصادر مستقلة:** وهي المعلومات التي تقدمها التنظيمات غير الربحية، أو التي يقدمها بعض الخبراء في مجال معين.

* **العلاقات الشخصية:** وتتمثل في المعلومات التي يتحصّل عليها الناس من خلال اتصالاتهم المباشرة مع أشخاص يعفونهم مسبقا.

ضمن هذه الحالات الثلاث هناك ممارسات شائعة يحدد بها الناس مصداقية المعلومات، وذلك من خلال بناء أحكام تستند إلى سمعة مصدر

المعلومات أو سمعة الوسطاء التقليديين مثل الخبراء أو قادة الرأي، وبالاعتماد على الثقة الشخصية التي بناها الناس من خلال معايشتهم للآخرين. (Viviani. (M, & Pasi, G, 2017, p 3

ويلخص فينسنت ماهر عدة نقاط ضعف في صحافة المواطن وأسماها"Three Deadly E's" وتشير "E" الأولى إلى الأخلاق، والثانية إلى الاقتصاد، والثالثة إلى نظرية المعرفة، وهي العناصر التي تمثل غموضا وتداخلا وهشاشة في صحافة المواطن.

وعليه، فإن جانبا مهما من الانتقادات وجهت من طرف وسائل الإعلام التقليدية، التي اعتبرت هذه التطبيقات الجديدة غير ذات قيمة، ولا تنقل أيّ معلومة جدية، وما تقدمه لا يعدو أن يكون تعليقات أو نزوات إلى جانب الشتائم والكم الهائل من الإشاعات والبيانات غير الدقيقة. (إبراهيم بعزيز، 2014، ص (219

ويبدي جاك كابيكا الكاتب والمستشار التحريري لموقع DigitalJournal.com قلقه من صحافة المواطن بالقول" إن العديد من الصحفيين المواطنين هم في الأساس مجموعة من الهواة، الذين يقومون بمحاكاة ما يشاهدونه عبر شاشات التلفزيون أو ما يقرؤونه عبر الجرائد، بدرجات متفاوتة من النجاح". (ChrisHogg: Istherecredibility in citizenjournalism)

وإذا كان ما تقدمه تطبيقات صحافة المواطن غير موثوق وتنقصه المصداقية، فإنّها على الأقل تنبهنا وتجلب اهتمامنا لأحداث ووقائع وقضايا تستحق البحث والتغطية، فبعد أن تثير هذه التطبيقات قضية معينة، يقوم الصحفيون المحترفون بالاهتمام بها وتغطيتها، والتقصي حول حيثياتها.

وعليه لو كانت مهمة الصحفيين المواطنين تكمن فقط في لفت الانتباه لقضايا معينة، فهي بالتالي ذات أهمية كبيرة؛ لأن تكوين الرأي العام وتوجيه اهتمامات الصحافة كاف بالنسبة للإعلام البديل، فهذا ما يطمح إليه غالبية الصحفيين المواطنين. (إبراهيم بعزيز، 2014، ص 219)

خاتمة:

ختاما يمكن القول إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشتى مخرجاتها أسهمت في تغيير موازين النشاط الإعلامي، وخلق بيئة اتصالية جديدة تحول فيها الجمهور من متلقّ إلى منتج للمضمون، هذا الأخير الذي وجد في الميديا الجديدة وصحافة المواطن ضالته للتعبير وبكل حرية عن انشغالاته، ونشر الأخبار والقضايا التي يتحفظ الإعلام التقليدي عنها لأسباب سياسية أو اقتصادية خاصة وقت الأزمات كما الحال في ظل جائحة كوفيد 19، بالتالي أصبح الفرد اليوم يملك وسائله الخاصة للتعبير ونشر ما يحلو له من مضامين وعلى نطاق كوكبي ليتحول إلى مشارك فعال في العملية الاتصالية، وهو ما يجبر الإعلام التقليدي على التعامل بإيجابية مع هذا المعطى الجديد، والتعايش مع هذا الواقع الذي أفرزته ثورة المعلومات بكل الوسائل.

لكن كل هذا التفاؤل يقابله انشغال وتخوف يتعلقان بهذا الجمهور نفسه أو ما يسمى بالصحفي المواطن، فإذا كان الصحفي المحترف خلال ممارسته للمهنة يجد نفسه مقيدا بجملة من القوانين وقواعد أخلاقيات العمل الإعلامي فإن المواطن الصحفي يمارس وظيفة الإخبار والإعلام دون قيد، مفتقرا في الوقت ذاته للمهارات والتقنيات التي تتطلبها الممارسة الصحفية، أي أنه يمارسها كهواية لا حرفة، الأمر الذي ينجر عليه الوقوع في المحظور وتحويل تلك الممارسة إلى مجال للقذف ولنشر الإشاعات والصراعات الشخصية أو حتى الاعتداء على خصوصية الأفراد والجماعة أو غيرها من الممارسات غير الأخلاقية، لذا لا يكفي أن يملك الفرد منا حسابا على شبكات التواصل الاجتماعي أو مدونة وهاتفا ذكيا كي يصبح صحفيا مهنيا، بل وجب عليه أن يعي شكل التغيرات التي تطرأ على البيئة الإعلامية أولا، وأن يكون ملما بقواعد الممارسة الصحفية وأخلاقياتها، زيادة على تحمل كل المسؤوليات الاجتماعية واحترام القوانين والتشريعات المنظمة لها كي يكون نشاطه بنّاءً لا هداما.

التوصيات:

- وضع منظومة تشريعية رصينة تحارب الاستخدام اللامسؤول للإعلام الجديد بأشكاله المختلفة خاصة ما تعلق بالإشاعة وتضليل الرأي العام أو المساس بالحياة الشخصية للأفراد والجماعات.
- الرهان كل الرهان على التربية الإعلامية أي ليس بالحديث عن أخلاقيات مهنية بل بالحديث عن أخلاقيات اجتماعية أساسها التربية على وسائل الإعلام، ويصبح بمقتضى ذلك دور المجتمع الأخلاقي هو إعداد الأجيال وتربيتها على حسن التعاطي والتعامل مع وسائل الإعلام لا باعتبارها مصدرا للحقيقة المطلقة إنما باعتبارها شكلا من أشكال التعاطي مع الواقع في ظروف معينة.
- التنسيق بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية لمواجهة مخاطر الاستخدام السلبي لصحافة المواطن من خلال الحملات التحسيسية والتوعية في المناسبات المختلفة.
- التكثيف من الملتقيات والندوات العلمية على مستوى الجامعات ومراكز البحث لدراسة وتتبع تطورات الظواهر المرتبطة بالإعلام الجديد وممارساته المختلفة.

المراجع:

1. حسن نيازي الصيفي: اتجاهات النخبة نحو أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية الخاصة، ورقة بحث مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان 29/28 مارس 2009، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية الأخلاقية.
2. حسني محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، 2010.
3. بسام عبد الرحمان المشاقبة: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
4. ولاء فايز الهندي: الإعلام والقانون الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
5. ليلى عبد المجيد: التشريعات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
6. جون ل. هاتلنج: أخلاقيات الصحافة ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنش والتوزيع، القاهرة، 1996.
7. عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي، مصر، 1960.

8. سليمان صالح: حقوق الصحفيين في الوطن العربي، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004.
9. عبد الفتاح عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
10. هربرت سترنز: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988.
11. محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
12. ليلى عبد المجيد: تشريعات الإعلام دراسة حالة على مصر، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
13. نهى بلعيد: الأبعاد التنظيمية والأخلاقية لصحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد 03، 2016.
14. الصادق الحمامي: في صحافة المواطن، الفكر الجديد، دار أبواب للنشر، تونس، العدد الأول، جانفي2015.
15. ثريا السنوسي: صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار، بحوث العلاقات العامة الشرق الوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، فبراير/ مارس 2014.
16. إبراهيم بعزيز: مشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2004، ص 2019.
17. Johnson, T. J, & Kaye, B. K: Credibility of social network sites for political information among politically interested Internet users. Journal of Computer-Mediated Communication, 19(4), 2014, p 958.
18. Chris Hogg: Is therecredibility in citizenjournalism? http://www.digitaljournal.com/article/271657
19. lanagin, A. J, & Metzger, M. J: Digital media and youth: Unparalleled opportunity and unprecedented responsibility. Digital media, youth, and credibility, Cambridge, MA: MIT Press; 2008, p 17.
20. Viviani. M, & Pasi, G: Credibility in social media: opinions, news, and health information—a survey. Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery, 7(5), 2017, p 3.

اتجاه النخبة نحو تغطية وسائل الإعلام الجزائرية لجائحة كوفيد 19، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال

1. رحماني مباركة 2- ذباح توفيق
1- جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي/ مخبر علم اجتماع الاتصال والترجمة جامعة قسنطينة 3 rahmani.mebarka@univ-oeb.dz
2- جامعة العربي بن مهيدي،أم البواقي/ مخبر علم اجتماع الاتصال والترجمة جامعة قسنطينة 3 debbah.toufik@univ-oeb.dz

ملخص الدراسة:

نسعى من خلال دراستنا هذه للبحث في الدور الذي قامت وتقوم به وسائل الإعلام الجزائرية أثناء جائحة كورونا(مرض كوفيد 19)، والتقصي عن مدى التزام المؤسسات الإعلامية الجزائرية بالمعايير القانونية والأخلاقية المعمول بها أثناء تغطية الأزمات والأوبئة التي تصيب البشرية بالنظر للدور المهم الذي تضطلع به وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها في الحفاظ على النسيج الاجتماعي وطمأنة الجماهير، إلى جانب دورها الإخباري التواصلي المتمثل في تنوير الرأي العام وتزويده بكل المعلومات في وقتها. اعتمدت دراستنا على عدة مداخل نظرية ذات صلة بالموضوع المدروس ساعدتنا في تفسير وتحليل النتائج، والتعليق عليها، وتمثلت في كل من نظرية التهيئة المعرفية، نظرية ثراء الوسيلة، إضافة لنظرية الاتصال الموقفية للأزمات، نموذج إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وفي الإطار التطبيقي للدراسة قمنا باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات محاولين من خلالها قياس اتجاه النخبة نحو أداء وسائل الإعلام الجزائرية أثناء تغطيتها لجائحة كوفيد 19، واعتمدنا في ذلك على عينة قوامها 21 أستاذا جامعيا متخصصا في الإعلام والاتصال من مختلف جامعات الوطن.

الكلمات المفتاحية: إعلام الأزمات، الجائحة، الاتجاه، النخبة، المعايير الأخلاقية والقانونية لوسائل الإعلام.

مقدمة:

أحدث وباء كورونا كوفيد 19 منذ ظهوره وتفشيه بسرعة رهيبة هلعا ورعبا كبيرين في العالم أجمع، وصار الشغل الشاغل للحكومات والشعوب هو القضاء على هذا الفيروس، والحد من انعكاساته السلبية على كافة مجالات الحياة، وبالجهة المقابلة يُمكن القول إنّ هذه الأزمة الصحية العالمية، أبانت في الكثير من أقطار العالم عن التقصير في الخدمات الصحية، حتى في الدول الكبرى والغنيّة والتي عجزت عن حماية مواطنيها، ولم تستطع المستشفيات الحكومية استيعاب الأعداد المتزايدة للمصابين بهذا الوباء، وأصبحت الحكومات مكتوفة الأيدي أمام موت مئات المرضى يوميا دون أن توفر لقاحا يقضي عليه أو حتى بروتوكولا علاجيا يخفف من حدته.

كما كشف هذا الوباء عن الأمراض المستشرية في قطاع الإعلام والصحافة الذي انشغل لسنوات طويلة، إما في ترويج الدعايات للأنظمة السياسية، أو بث الإثارة والأكاذيب. وكما تبيّن بعد هذه الجائحة وفي ظلها مدى حاجة الإنسانية إلى إعادة النظر في منظماتها العلمية والطبية وإمكانياتها الوقائية، اتضح مدى حاجة البشرية إلى« وسائل إعلام تثبت أنّها في خدمة الجمهور أولًا، بتقديم معلومات جديرة بالثقة"، ففي زمن الأزمات يتاح للصحفيين فرصة لكي يُظهروا للمواطنين قيمة الصحافة الجيّدة المستندة إلى أخلاقيات المهنة. كما يقول(أنتوني بيلانجي)، الأمين العام للاتحاد الدولي للصحفيين.

في الجزائر تعاملت وسائل الإعلام في البداية مع أخبار تفشي الوباء بنوع من التهويل والاضطراب في تزويد المواطنين بالمعلومات الصحيحة، وباتت تتسابق فيما بينها للحصول على السبق الصحفي، ولم تستطع طمأنة الجمهور والتخفيف من حالة الخوف التي أصابته بعد انتشار الكثير من المعلومات الخاطئة والإحصائيات المخيفة عن الوفيات في مواقع التواصل الاجتماعي، إلى أن أصدرت رئاسة الجمهورية قرارا يقضي بتعيين جهة وحيدة تكون مخولة بإعطاء إحصائيات انتشار الفيروس لوسائل الإعلام وهي وزارة الصحة، فاستعادت بذلك وسائل الإعلام التقليدية ثقة الجمهور وأصبح التلفزيون والإذاعة الرسميان هما

الوسيلتان الأكثر متابعة من طرف الجمهور الجزائري لتقصي أخبار ومستجدات هذا الوباء.

من هذا المنطلق، تأتي دراستنا هذه لتطرح باب السؤال البحثي عن دور وسائل الإعلام في ظل الأزمة الصحية الراهنة، من خلال معرفة رأي أساتذة الإعلام والاتصال حول **ما إذا كانت وسائل الإعلام الجزائرية قد التزمت بالمعايير القانونية والأخلاقية في تغطيتها لأخبار وتطورات انتشار وباء كورونا كوفيد 19. وكيف يجب أن تتعامل وسائل الإعلام الجزائرية في المستقبل مع الأزمات قانونيا وأخلاقيا؟**

ومن خلال التساؤل الرئيسي يمكننا طرح تساؤلات أخرى فرعية وهي:

1. ما هي الوسائل التي يعتمدها الأساتذة في التزود بالأخبار قبل وأثناء وقوع الأزمات؟
2. كيف يمكن توصيف واقع وسائل الإعلام الجزائرية من حيث التزامها بالمعايير القانونية والأخلاقية قبل جائحة كوفيد 19؟
3. كيف يمكن تقييم أداء وسائل الإعلام الجزائرية أثناء الجائحة؟
4. هل يعكس الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الجزائرية التزامها بالمعايير الأخلاقية والقانونية أثناء معالجتها لأخبار الجائحة؟

الإطار المنهجي للدراسة:

- مجتمع البحث:

يُقصد بمجتمع البحث أو مجتمع الدراسة Population Study: جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون مجتمع مشكلة البحث(عيشور، نادية، 2017، ص226) وعليه يتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في جميع الأساتذة الجامعيين الجزائريين في تخصص علوم الإعلام والاتصال بكل فروعه.

- عيّنة الدراسة:

تعني عيّنة الدراسة " sample" جزءا من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث"(عيشور نادية، 2017، ص228،). وفضّلنا في دراساتنا هذه أن تكون العينة عينة قصدية أو عمدية Purposive sample وهي:" العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي

على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة"(عيشور، نادية، 2017، ص240)، وبالتالي قمنا باختيار العينة في دراستنا هذه بطريقة قصدية من خلال معرفتنا الشخصية بمفردات العينة واتصالنا المباشر بهم عن طريق وسائل الاتصال المختلفة(وسائل التواصل الاجتماعي خصوصا).

- **منهج الدراسة:**

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي أو منهج البحث الميداني كما يسميه" موريس أنجرس"، وهذا المنهج يتم اللّجوء إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، يطبق غالبا على مجموعات كبيرة من السكان ويستطيع الباحث أن يأخذ منها بالتقريب كل ما يريد أن يكشف عنه. إنه يسمح بدراسة طرق العمل والتفكير والإحساس لدى هذه المجموعات انطلاقا من تنوع الاهتمامات.(أنجرس، موريس، 2004، ص 106) ويعتبر المنهج الوصفي طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

- **أداة جمع البيانات:**

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة استمارة الاستبيان للكشف عن اتجاه النخبة نحو أداء وسائل الإعلام الجزائرية في تغطية أخبار وتطورات انتشار فيروس كوفيد 19 التي قمنا بتوزيعها إلكترونيا على مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال .

- **ضبط مفاهيم الدراسة:**

- **الاتجاه**: التقييمات التي تمثل خلاصة الخبرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور. (خليفة، حسين، ص 57)
- **الأزمة**: نقطة تحول، أو موقف مفاجئ يؤدي إلى أوضاع غير مستقرة، وتحدث نتائج غير مرغوب فيها في وقت قصير، ويستلزم اتخاذ قرار محدد للمواجهة في وقت تكون فيه الأطراف المعنية غير مستعدة أو غير قادرة على احتوائها. (عبد الحميد، صلاح، ص14)

- **إعلام الأزمات**: المواد الإعلامية التي تقوم بتغطية الأزمات بمختلف أنواعها، وهو ليس إعلاما متخصصا في الأزمات إنما هو إعلام يهتم بنشر أخبار وأحداث الأزمة بتناوله لها ووصفها وتحليلها. (بداني، نزيهة، ص132)
- **الجائحة**: (ج. جوائح) والوباء العام هو وباء ينتشر بين البشر في مساحة كبيرة (قارة مثلا) أو قد تتسع لتضم كافة أرجاء العالم. ويسمى الانتشار الواسع لمرض بين الحيوانات جارفة. الوباء المستوطن واسع الانتشار. وقد ظهر عبر التاريخ العديد من الجوائح مثل الجدري والسُل. ويعتبر الطاعون الأسود أحد أكثر الجوائح تدميرًا؛ إذ قتل ما يزيد عن 20 مليون شخص في عام 1350م. ويشتهر من الجوائح الحديثة فيروس نقص المناعة المكتسبة والإنفلونزا الإسبانية وجائحة إنفلونزا الخنازير 2009، وفيروس الإنفلونزا H1N1 وفيروس كورونا(SARS-CoV-2)، وفيروس كورونا (كوفيد19)
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9
- **كوفيد 19:** هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة **ووهان** الصينية في ديسمبر 2019، وقد تحوّل مرض كوفيد-19 إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم
.(Https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novelcoronavirus2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses)
- **مفهوم النخبة**: النخبة مفرد جمعها(النخب) بالإنجليزية (Elite): في النظريات السياسية والاجتماعية، النخبة هي مجموعة صغيرة من الأشخاص المسيطرين على موارد مالية ضخمة وقوة سياسية تأثيرية كبيرة بشكل عام، النخبة تعني مجموعة من الأشخاص الأكثر قدرة من غيرهما، وهي طبقة معينة أو شريحة منتقاة من أي نوع عام تمارس نفوذا غالبا في تلك المجموعة عادة بفضل مواهبها الفعلية أو الخاصة المفترضة.
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%AE%D8%A8%D8

❖ **أخلاقيات الإعلام**: مجموعة القيم والمبادئ الأخلاقية والسلوكية التي يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسته عمله... وتتمثل هذه الأخلاق في قيم عامة وتصرفات وتقاليد... كقيم الصدق والتوازن وقد باتت هذه المبادئ مجسدة في شرعيات إعلامية ومواثيق شرف مكتوبة، أقرتها اتحادات صحافيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية".(جورج صدقة،ص14).

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدنا في إثراء وتحليل نتائج دراستنا هذه على جملة من المنطلقات النظرية التي رأيناها تخدم الموضوع، وتمثلت في النظريات والمداخل المفسرة لعمل وسائل الإعلام أثناء الأزمات وأهمها:

1- **نظرية ثراء الوسيلة:**

تفترض هذه النظرية أنّ الوسائل الإعلامية التي توفر رجع الصدى تكون أكثر ثراء فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا وهناك أربعة معايير يتحدد من خلالها مدى ثراء الوسيلة وهي: سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة، التركيز الشخصي على الوسيلة، استخدام اللغة الطبيعية.

2- **نظرية الاتصال الموقفية للأزمات:**

لصاحبها كومبس ونهدف من خلال توظيف هذه النظرية في دراستنا لتفسير نوعية الاستجابات التي يتبناها جمهور النخبة من المواقف الاتصالية لوسائل الإعلام الجزائرية أثناء تغطية جائحة كوفيد 19 ومدى موضوعية وشفافية هذه الوسائل. وتفترض النظرية أن الأفراد يميلون بالعادة إلى إيجاد الأسباب لأحداث مختلفة ويتفاعلون معها عاطفيا مما يؤثر على سمعة ومستقبل المؤسسة.

3- **نموذج إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام:**

وضع كل من Wilson وStewart سنة 2015 نموذجا يوضح مراحل إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام وحددها بستة مراحل وهي: الرصد والاستماع – استهداف الجمهور المناسب – الاستجابة والحوار – المراقبة والتقييم – التفاعل مع الجمهور – إجراء التعديلات الضرورية في خطة الاتصال .

4- **نظرية المسؤولية الاجتماعية:**

والتي تعد من أهم النظريات الإعلامية التي تحث في جوهرها على قيام الصحافة بواجباتها ووظائفها تجاه المجتمع، من خلال التزام الصحفيين والإعلاميين بالمعايير والقيم المهنية المُتصلة بالعمل الصحفي بما يضمن مساهمة الإعلام في خدمة المجتمع وتنميته وتطويره وحمايته.

وارتأينا التطرق أيضا لبعض الجوانب النظرية التي سنعتمد عليها في تحليل وتفسير الدراسة الميدانية، ونوجـزها فيما يلي:

- **أنواع التغطيات الإعلامية أثناء الأزمات:**

1- **المعالجة المثيرة:**

والتي تميل في تغطيتها للتهويل والسطحية والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تتسبب في تضليل وتشويه وعي الجمهور وتعتمد على الرؤية التسويقية للإعلام بغض النظر عن الدور التوعوي والتثقيفي.

2- **المعالجة الناقصة:**

لا تقوم على التهويل بل التهوين وبذلك تقلل من معلومات وأخبار ذات أهمية قصوى بالنسبة للمجتمع

3- **المعالجة المتكاملة:**

وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة(مواقف الأطراف المعنية- الأسباب-السياق- التطورات- الآفاق) وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشفافية، وتتأثر بعدة صعوبات هي:

-عدم وضوح الأزمة وانعدام وقلة المصادر وغياب التنسيق بين الأطراف.

-طبيعة السياسة الإعلامية المحددة من دوائر صناع القرار.

-المستوى العلمي والمهني للإعلاميين والصحافيين المشاركين في تغطية الأزمة.

-خضوع الإعلام للبيروقراطية الإعلامية(صادق، محمد عادل، ص2012،55)

- **المعايير والقواعد الأخلاقية المطلوبة من وسائل الإعلام في التعامل مع الأزمات:**

يخضع العمل الإعلامي عموما لمجموعة من القواعد والمعايير الأخلاقية توجب على الصحفيين الالتزام على اختلاف مسؤولياتهم تحقيقا للمصلحة العامة

للجمهور والمشاركة الفعالة للإعلام في الحفاظ على تماسك المجتمع وتحقيق السلم والاستقرار به. وقد أقرت مختلف المواثيق العالمية المتعلقة بأخلاقيات مهنة الإعلام مجموعة من المبادئ والمعايير القانونية والأخلاقية التي تحكم نشاط الإعلام ويمكن إيجازها في الآتي :

- ✓ المصداقية في معالجة الأخبار بكل حيثياتها والاحترام لمبادئ المهنة.
- ✓ الدقة في نقل الأخبار والأحداث بكل التفاصيل بلغة واضحة ومباشرة.
- ✓ الموضوعية وعدم التحيز لطرف من الأطراف.
- ✓ التوازن.
- ✓ احترام الخصوصية والسر الأمني.

وتزداد الحاجة للالتزام بأخلاقيات وقواعد المهنة الإعلامية أثناء وقوع الكوارث والأزمات، حيث يكون الجمهور في حاجة ماسة للمعلومات التي تخرجه من حالة التوتر والغموض التي تسببها الأزمة، وتساعده على التأقلم مع الأوضاع دون الوقوع في التهويل والإثارة التي قد تؤدي إلى نتائج سلبية على الأفراد والمجتمعات، لذا يستوجب على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين التحلي بقدر عال من الإحساس بالمسؤولية من خلال:

1. التوازن في التناول والطرح لمجريات ومستجدات الأزمة دون التهويل أو التضخيم ولا التقليل من شأن الأزمة وتداعياتها، ويتحقق هذا المطلب من خلال التنويع في مصادر المعلومة، والتأكد التام من رسميتها، والإحاطة بمعطيات الأزمة من جميع جوانبها.
2. تقديم الخبرات اللازمة للجمهور حتى يستطيع التكيف مع الأزمة، ويتأقلم مع كل تداعياتها بكل هدوء بعيدا عن الخوف والهلع.
3. التنويع في المواد الإعلامية حول الأزمة(حصص توعوية- موائد مستديرة- أفلام وثائقية...).
4. التحقق من مصادر المعلومات واستقائها من الهيئات المخولة قانونا لهذا الغرض.
5. التركيز على الآليات التي تسمح بالوقاية من أضرار الأزمة، والتعامل معها مستقبلا.

6. العمل بمصداقية من خلال الابتعاد عن تشويه الوقائع، والانتقائية في المعالـجة.
7. تجنب الإشاعات والمغالطات من خلال تقديم المعلومات للجمهور بوضوح وكفاية.

- **الخلل الإعلامي في التعامل مع الأزمات:**

أشار الباحث سيف الدين عبد الفتاح إلى مجموعة من الملامح التي تشير إلى وجود خلل في التعامل مع الأزمات أهمها التطفيف الإعلامي، المبالغة والتهويل التعميم الإعلامي وحجب الحقائق عن الجمهور بسبب احتكارها من أطراف هيئات معينة، الخضوع للإملاءات السياسية بالتعامل مع الأزمة(عبد الفتاح، سيف الدين، 1999، ص ص 37-40). إضافة إلى البحث عن الإثارة والسبق الصحفي دون مراعاة حالة الذعر والهلع للجمهور.

الإطار التطبيقي للدراسة:

قمنا باختيار العينة في دراستنا هذه بطريقة قصدية من خلال معرفتنا الشخصية بمفردات العينة واتصالنا المباشر بهم عن طريق وسائل الاتصال المختلفة وقد بلغت العينة 21 أستاذا جامعيا في علوم الإعلام والاتصال، يُمثلون مختلف جامعات الوطن.

استعراض نتائج الدراسة:

خصائص عينة البحث

مفردات العينة	ذكور 13		إناث 08
الجامعة	العربي بن مهيدي أم البواقي، قاصدي مرباح ورقلة، الأمير عبد القادر قسنطينة، الحاج لخضر باتنة، محمد بوضياف المسيلة، المدرسة العليا للصحافة – جامعة الجزائر 03 –جامعة البليدة 2- جامعة مستغانم		
الفئات العمرية	25-35سنة (05)	35-45 (13)	45-55 (03)
الدرجة	أستاذ محاضر أ (09)	أستاذ محاضر ب (08)	أستاذ مؤقت (04)

تحليل نتائج الدراسة:

في تناول الدراسة للشق المتعلق بالوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في التزود بالأخبار أثناء وقوع الأزمات جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 71.4%، يليها التلفزيون بنسبة 29.5 % ثم الإذاعة بنسبة 19%، أما وكالات الأنباء فكانت بنسبة 4.8 %، الجرائد الورقية بلغت 9.5%، وهذا راجع لسرعة تدفق الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي بالمقابل يخضع بث المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام التقليدية(التلفزيون والإذاعة... وغيرها) لجملة من الاعتبارات السياسية والمهنية والاقتصادية التي تؤخر وصولها للجمهور، وهذا الواقع يفرض استقراء جديا ومتمعنا، لأن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء حر وخصب لانتشار الشائعات والأخبار المغلوطة التي قد تؤدي إلى نتائج عكسية تفضي إلى زيادة الهلع والخوف والفوضى في أوساط الجمهور، مما يستدعي الاهتمام أكثر بوسائل الإعلام الثقيلة واستعادة مكانتها ودورها الفعال خاصة أثناء الأزمات.

وفي إجابتهم على سؤال ما إذا كانت وسائل الإعلام الجزائرية قبل الجائحة تعمل وفق المصداقية والشفافية في نقل الأحداث فقد بلغت نسبة معارضة هذا الطرح بنسبة 57.1% من أفراد العينة مقابل 33.3% التزموا الحياد، و9.6% من المؤيدين.

ويمكن إرجاع هذا الواقع إلى جملة من العوامل التي تفرض أجندتها على الصحفيين(حراس البوابة) إضافة إلى الضغوط السياسية من دوائر القرار والضغوط المالية المتعلقة بالإشهار.

وفي إجابتهم عن السؤال المتعلق بقيام وسائل الإعلام الجزائرية بدورها التوعوي والتثقيفي قبل جائحة كوفيد 19، عارض 38.1% من أفراد العينة بينما أيد 14.3%، والتزم 47.6% منهم الحياد، فيما يرى 61.9% من أفراد العينة أن وسائل الإعلام الجزائرية لا تستقي المعلومات من مصادرها الرسمية قبل الجائحة فيما أيّد 3.8%، والتزم 33.3% الحياد.

أجاب 81% من أفراد العينة بالإيجاب حول تلقيهم أخبارا مغلوطة من وسائل الإعلام الجزائرية قبل الجائحة، فيما نفى 19% منهم ذلك.

ويمكن تفسير هذا بتهافت وسائل الإعلام قبل الجائحة على أخبار الإثارة والسبق الصحفي على حساب الموضوعية والخدمة العمومية للجمهور.

أجاب 57.1% من أفراد العينة بأن وسائل الإعلام الجزائرية لم تكن تساعدهم في الاطلاع على الأحداث دون تهويل أو تحريف، فيما التزم 33.3% من العينة الحياد وأيد 9.6% هذا الطرح.

تراوحت ثقة أفراد العينة بوسائل الإعلام قبل الجائحة بين التوسط بنسبة 47.6% والضعف بنسبة 52.4%، وهذا راجع بالأساس لنقص التزام المؤسسات الإعلامية والصحفيين الجزائريين بالمعايير المهنية والأخلاقية للممارسة الصحفية، مما جعل 52.4% من أفراد العينة أيضا ينفون قيام وسائل الإعلام الجزائرية بدورها الإخباري والتواصلي بشكل كاف، فيما التزم 47.6% من العينة الحياد تجاه الإجابة عن هذا السؤال.

في المحور المتعلق بالأداء الإعلامي لوسائل الإعلام الجزائرية أثناء تغطية أخبار الجائحة أجاب 57.1% من أفراد العينة أن اعتمادهم على وسائل الإعلام الجزائرية كمصدر أساسي للمعلومة متوسط، فيما أجاب 42.9% المتبقون أن اعتمادهم على وسائل الإعلام الجزائرية ضعيف مما يحيلنا إلى نتيجة مفادها أن وسائل الإعلام الجزائرية لم تستطع استعادة ثقة الجمهور كليا والتي وصفها 66.7% من أفراد العينة بالضعيفة، بينما اعتبرها 28.6% متوسطة، و4.7% فقط من وصفوها بالقوية.

وفي إجابتهم عن السؤال حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تستقي المعلومة من مصادرها الرسمية التزم 42.9% من المبحوثين الحياد فيما عارض 28.6% هذا الطرح فيما أيده 28.6% منهم. وهذا راجع لقرار السلطة الجزائرية القاضي بأن تذيع وسائل الإعلام الجزائرية المعلومات المتعلقة بالجائحة التي تصلها حصرا من وزارة الصحة دون غيرها، مما يضفي صفة الرسمية على المصدر ويقلل من انتشار المعلومات المغلوطة والشائعات.

وفيما يتعلق بمدى التزام وسائل الإعلام الجزائرية بنقل أخبار كوفيد 19 دون تهويل أو تعتيم أكد 23.8% من أفراد العينة على التزامها، فيما عارض 42.9%

منهم هذا الطرح، والتزم 33.3% الحياد، وهذا راجع لإغفال وسائل الإعلام لكثير من الجوانب التي كان ينبغي عرضها والتطرق لها بوضوح وشفافية أكثر.

في السؤال المتعلق بقدرة وسائل الإعلام الجزائرية على التصدي للشائعات والأخبار المغلوطة المنتشرة في منصات التواصل الاجتماعي حول جائحة كوفيد 19 رأى 57.1% من المبحوثين أنها لم توفق في التصدي للشائعات بينما رأى 14.3% منهم العكس، والتزم 28.6% الحياد.

أجاب 57.1% من أفراد العينة أن وسائل الإعلام الجزائرية لا تعرض الإحصائيات اليومية المفصلة للإصابات، إضافة إلى التغاضي عن عرض الحالة الوبائية في العالم والأقاليم المجاورة بنسبة 42.9% من المستجوبين فيما أجمع 47.6% منهم عن نقص الحصص التوعوية والبرامج حول الوباء، وأجاب 33.3% منهم عن نقص التعليمات والنصائح حول طرق الوقاية وعدم استضافة حالات أصيبت بالوباء ثم شفيت 23.8%.

في المحور المتعلق بمستوى الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الجزائرية أثناء الجائحة، قيم أفراد العينة الخطاب الموجه للجمهور بالمتوسط 47.6%، والضعيف بنسبة 47.6% بينما اعتبره 4.8% جيدا.

أما الخطاب الموجه للأطقم الطبية فأجمع غالبية أفراد العينة على وصفه بالمتوسط 42.9% والضعيف 52.4% فيما رأى 4.7% انه جيد، وهذا راجع لنقص الخبرة في التعامل مع الأزمات في وسائل الإعلام الجزائرية، وعدم وجود إعلاميين متخصصين في مواقف كهذه، إضافة لطغيان الخطاب الرسمي على حساب الخطاب الموضوعي الهادف الذي يراعي احتياجات الجمهور.

إضافة للغة الموظفة التي وصفها 66.7% من المبحوثين بأنها مزيج بين المعقدة والبسيطة فيما وصفها 23.8% بالبسيطة، أما 9.5% من العينة وصفوها بالمعقدة. كما أجمع 90.5% من أفراد العينة على أن وسائل الإعلام الجزائرية اعتمدت على المزج بين أسلوب التخويف والتهويل من جهة، وأسلوب الطمأنة والتهدئة من جهة أخرى، فيما رأى 9.5% منهم أن وسائل الإعلام اعتمدت أسلوب التهويل.

ويمكن القول في هذا الصدد إنّ وسائل الإعلام الجزائرية قد وفقت في اختيار أسلوب المعالجة لأخبار كوفيد 19 بالمزج بين التهويل والتهدئة، حتى تحقق أهدافها

التوعوية وتحافظ في الوقت ذاته على الاستقرار الصحي والنفسي والاجتماعي للجمهور الجزائري.

ولكن رغم ذلك يرى 52.4% من أفراد العينة أنه لم يتم إشراك وسائل الإعلام الجزائرية كطرف اجتماعي فعال في مواجهة الجائحة عملا بمنطوق المادة 6 من قانون 04-20 المؤرخ في 25-12-2004 المتعلق بالحماية من الأخطار الكبرى وتسيير الكوارث على مبدأ المشاركة الذي يعطي للمواطن الحق في معرفة الأخطار المحدقة به" بينما يرى 14.3% منهم العكس و33.3% التزموا الحياد في الإجابة على هذا السؤال.

في الشق المتعلق بالمنظومة القانونية التي تحكم عمل وسائل الإعلام الجزائرية أثناء الأزمات، يرى 90.5% من أفراد العينة أنها بحاجة إلى إعادة النظر وضرورة تكييف التشريعات الإعلامية لمقتضيات الواقع ومتطلبات الجمهور خاصة أثناء تغطية الكوارث والأزمات، بينما التزم 9.5% الحياد.

خلاصة:

انطلاقا من النتائج المحصل عليها وجدنا أن غالبية أفراد العينة المستجوبة من أساتذة الإعلام والاتصال يرون بأن:

- وسائل الإعلام الجزائرية لم توفق بشكل جيد أثناء تغطيتها لأخبار جائحة كوفيد19 في الالتزام بالمعايير القانونية والأخلاقية المعمول بها أثناء الأزمات.
- كانت التغطية الإعلامية لأخبار الجائحة عبر وسائل الإعلام الجزائرية تفتقر للموضوعية والحياد في الطرح، كما انتهجت أسلوب التعتيم على بعض البيانات والمعلومات المتعلقة بالإحصائيات والحالة الوبائية في البلاد.
- لا يعتمد جمهور النخبة على وسائل الإعلام الجزائرية كمصدر أساسي للمعلومة حول وباء كوفيد 19، حيث يلجأ أغلبهم إلى المواقع الإخبارية الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للحصول على مستجدات الجائحة بالجزائر والعالم، رغم أنها لا تخلو من الشائعات والأخبار المغلوطة التي لم تستطع حسمهم وسائل الإعلام الجزائرية التصدي لها مما يزيد من اضطراب الوضع ويجعل الجمهور في حالة من الغموض والهلع.

- لا يثق جمهور النخبة في الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الجزائرية أثناء تغطية أخبار كوفيد 19 لأنه يفتقر حسبهم للوضوح والشفافية ويعتمد أسلوب التهويل والتخويف أكثر من اعتماده على التهدئة وطمأنة الجمهور، كما أنه يعاني من الضعف بسبب غياب صحفيين مختصين في التعامل مع الأزمات .

- يرى غالبية أفراد العينة المستجوبة أنه من الضروري إعادة النظر في المنظومة الأخلاقية والقانونية التي تحكم عمل وسائل الإعلام الجزائرية أثناء وقوع الأزمات لأنها لا تواكب التطورات، وتحد من حرية الصحفيين في الحصول على المعلومة في وقتها، إلى جانب القيود السياسية والتحريرية والقانونية التي تعيق عمل وسائل الإعلام وتنقص من ثقة الجمهور بها.

الاقتراحات والتوصيات: بغية تطوير أداء وسائل الإعلام الجزائرية أكثر خاصة أثناء الأزمات وفق منظومة أخلاقية وقانونية صلبة ينبغي:

1. الحرص على تعزيز فقه إدارة الأزمات لدى وسائل الإعلام الجزائرية من خلال:
   - التدريب المستمر للصحفيين لاكتساب مهارات التعامل مع الأزمات.
   - التنسيق المتواصل مع جميع الهيئات الرسمية والفاعلين الاجتماعيين.
   - تحري الصدق والموضوعية في نقل الأحداث.
   - التحلي بأخلاقيات العمل الصحفي.
   - تكوين صحفيين متخصصين بمجال الأمراض والأوبئة لتعزيز فهم الجمهور.
2. إجراء دراسات متواصلة لمعرفة دور وأبعاد الإعلام أثناء الأزمات للوقوف على نقاط القوة والضعف.
3. تصويب أداء مواقع التوصل الاجتماعي من خلال التصدي للأخبار الزائفة.
4. عدم انتهاك سرية المعلومات المتعلقة بالأزمات.
5. تجنب الأخبار التي تؤدي إلى الهلع والخوف وخلق الفوضى.
6. دراسة الجمهور باستمرار للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة أثناء الأزمات.
7. إتاحة مساحة أكبر من الحرية لوسائل الإعلام ومنحها حق الوصول للمعلومات من مصادرها حتى يتسنى لها تأدية دورها الإخباري والتواصلي مع الجمهور والعمل بمصداقية وموضوعية.

8. التنويع والإكثار من البرامج التوعوية أثناء الأزمات ومد جسور التواصل والتفاعل بصفة أكبر مع الجمهور.

المراجع:

1- صلاح، عبد الحميد، الإعلام وإدارة الأزمات، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط 1، 2013.

2- صادق، محمد عادل، الصحافة وإدارة الأزمات الإعلام الأمريكي نموذجا، دار للنشر والتوزيع عمان، 2012.

3- سيف الدين عبد الفتاح حرب الكلمات في أحداث الخليج(أزمة الإعلام وإعلام الأزمة: صياغة أولية) المؤتمر السنوي الخامس للبحوث السياسية مركز البحوث والدراسات السياسية جامعة القاهرة ديسمبر 1999.

4- خليفة، حسين، التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، عدد خاص-2020.

5- بداني، نزيهة، الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة الدراسات الإعلامية، مجلد1، ع 03-04، ديسمبر، 2017.

6- عيشور، نادية سعيد وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة الجزائر،2017.

7- موريس، أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر الجزائر،2004.

8- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%AE%D8%A8%D8% بتاريخ: 2020/11/18 على الساعة : 21:45.

9- https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses تاريخ الاسترجاع 01-11-2020 .14:32

10 https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8% تاريخ الاسترجاع 01-11-2020 14:40.

تأثير جائحة كورونا على الصناعة الإعلامية
دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين في الجزائر

د. بن لعربي يحي

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، مختبر تحليل، تنميط وتصميم المنتجات الإعلامية،

benlarbi.yahia@univ-oran1.dz

ملخص الدراسة:

يستهدف البحث دراسة إشكالية تأثير جائحة فيروس كورونا على الممارسة الإعلامية في الجزائر وكيفية تعامل المؤسسات الإعلامية مع الوباء الصحي من ناحية التخطيط والممارسة، انطلاقا من مراجعة التراث النظري والدراسات السابقة في الموضوع وبالاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي وأداة المقابلة مع عينة قصدية من الصحفيين.

أظهرت النتائج اتخاذ المؤسسات الإعلامية في الجزائر خططا وقائية لإدارة الجائحة على مستوى مقراتها تقوم على الالتزام بالبروتوكول الصحي وتكييف برامجها وسياستها الإعلامية نحو التركيز أكثر على المعالجة الشاملة لأحداث الجائحة وأطرافها الفاعلة رغم محدودية قدراتها المادية والبشرية، حيث تم تناول أخبار الجائحة وفق خطاب مطمئن يبتعد عن لغة التهوين أو التهويل وملتزم إلى حد بعيد بالمهنية الإعلامية وتوجهات وزارة الاتصال وسلطة الضبط السمعي البصري، بالتركيز على المعالجة الإخبارية الصرفة لأحداث الجائحة في غياب صحافة استقصائية بسبب نقص الإمكانيات المادية والبشرية ونقص الاحترافية وغياب الحماية القانونية للصحفي.

الكلمات المفتاحية:

جائحة كورونا، المعالجة الإعلامية، الصناعة الإعلامية، إعلام الأزمات، التأثير.

مقدمة:

تعرض العالم نهاية سنة تسعة عشر وألفين إلى أزمة صحية غير مسبوقة، جراء الوباء الذي أطلقت عليه منظمة الصحة العالمية فيروس كورونا المستجد ووصفته بالجائحة بعدما أغرق سكانه في حالة من الرعب والهلع جراء سرعة تفشي الإصابات وعدد القتلى الذين خلفهم خصوصا في الدول التي هونت من المرض ولم تتخذ التدابير الوقائية المناسبة في حينها، فضلا عن تأثيرات نفسية واجتماعية واقتصادية غير محدودة على الأفراد والمجتمعات التي تتابع عن كثب مصير المرض المجهول والإعلان عن لقاح نهائي فعال يضع حدا لكابوسه.

استدعت جائحة كورونا وسائل الإعلام للقيام بأدوارها التقليدية في التوعية والتحسيس، من خلال تغطية إعلامية عالمية مكثفة وقوية، تباينت بين الإخبارية والاستقصائية وبين تبني خطابات إعلامية مطمئنة أو مهونة أو مهولة لحجم الجائحة، في ظل الطلب المتزايد على المعلومات وعودة الجمهور للاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية المحترفة في سياق تفشي مرض ثانٍ أطلقت عليه منظمة الصحة العالمية الوباء المعلوماتي (Infodemic).

وعلى غرار الاتجاه العالمي في هذه الجائحة، وجد الصحفيون في الجزائر أنفسهم أمام بيئة عمل جديدة، تتسم بتهديداتها الصحية والنفسية على ممارسيها وفرص قليلة لتكييف أساليب العمل في ظل التحول الرقمي الذي فرض تحديات وضغوطًا اقتصادية على الصناعة الإعلامية، انعكست سلبا على مداخيل الإشهار وانهيار نموذجه التقليدي، فضلا عن تقليص حجم غرف الأخبار وحتى إغلاق بعض المنافذ الإعلامية.

وفي سياق الاعتماد على وسائل الإعلام أثناء الأزمات والأوضاع غير المستقرة في سياق بيئة رقمية تتسم باضطراب المعلومات، تبرز الإشكالية الرئيسية للدراسة كما يلي: **كيف يقيم الصحفيون إدارة المؤسسات الإعلامية في الجزائر لجائحة كورونا من ناحية التخطيط والممارسة؟ وما هي تأثيرات الجائحة على الممارسة الإعلامية؟**

تساؤلات الدراسة:

1- كيف خططت المؤسسات الإعلامية في الجزائر لإدارة جائحة كورونا؟
2- ما هي اتجاهات الخطاب الإعلامي في الجزائر أثناء جائحة كورونا؟
3- ما هي تأثيرات جائحة كورونا على الممارسة الصحفية في الجزائر؟
4- كيف يقيم الصحفيون أداء الإعلام الجزائري في إدارة جائحة كورونا؟

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف البحثية التالية:

- رصد التأثيرات السلبية لجائحة كورونا على العمل الإعلامي.
- الكشف عن الفرص والمخاطر الجديدة التي تواجه صناعة الإعلام في ظل الاتصال الرقمي.
- التعرف على أوجه استفادة الصحفيين من تكنولوجيات الاتصال في إدارة الوباء الصحي أثناء الجائحة.

الإجراءات المنهجية للبحث:

منهج البحث وأداته:

يندرج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية الكيفية التي تستخدم بصفة أساسية في إنتاج بيانات حول الخبرات والمعاني الشخصية للفاعلين الاجتماعيين، حيث تعتمد في العادة على لغة الفاعل الاجتماعي أو على ملاحظة سلوك الفاعل، أكثر من اعتمادها على بيانات إحصائية.**Source spécifiée non valide.**و عمد الباحث في هذه الدراسة إلى الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي، كأسلوب أو نمط يتم استخدامه لدراسة ووصف الظواهر والمشكلات العلمية وصفا دقيقا للوصول إلى التفسيرات المنطقية المبرهنة بهدف إتاحة الفرصة للباحث لوضع إطارات محددة للمشكلة واستخلاص عدد من الأسباب التي أدت لحدوث الظاهرة أو المشكلة، حيث اعتمد البحث على أداة المقابلة النصف موجهة لبحث مدى إدراك المبحوثين للقضايا التي تثيرها الدراسة وإجاباتهم عن أسئلتها المبنية على خبراتهم وتجاربهم عن محاورها وتفسيراتهم للمشكلات التي تعرضها **Source spécifiée non valide.**

وقد تم إعداد دليل للمقابلة يتضمن ثلاثة محاور، يهتم المحور الأول بتقييم إدارة الإعلام الجزائري للوباء الصحي، بينما خصص المحور الثاني لدراسة تأثير جائحة كورونا على الممارسة الإعلامية والصحفيين في الجزائر، في حين تطرقنا في المحور الثالث إلى البيانات العامة لعينة الدراسة.

مجتمع وعينة البحث:

استخدم الباحث أسلوب العينة القصدية أو الغرضية أو القصدية Purposive Sample، حيث تم اختيار عينة من المبحوثين، يتوقع أن تتوافر لديهم معلومات كثيرة عن الظاهرة التي هي موضوع الدراسة بهدف المساعدة على التحليل المتعمق ومن ثم فهم حقيقة الظاهرة المدروسة ووصفها وتفسيرها.**Source spécifiée non valide**.

وبناء على هذا الأسلوب فقد عمد الباحث إلى اختيار عينة قوامها 12 صحفيا وصحفية من مجتمع الصحفيين المحترفين في الجزائر، ممن يملكون الخبرة الصحفية التي تفوق 5 سنوات كمؤشر أول وممن سبق لهم تناول قضايا الصحة كمؤشر ثان من مؤسسات إعلامية متنوعة من حيث الوسيلة والملكية، هذا بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المؤسسات الصحفية التي لم ترد على خطابنا حول إجراء مقابلات مع صحفييها أو حتى الرد كتابيا على دليل المقابلة في الفترة الممتدة من 20 سبتمبر إلى 25 أكتوبر 2020. (نعزو ذلك للظروف الصعبة التي يعيشها الصحفيون خصوصا في ظل تفشي الموجة الثانية لفيروس كورونا).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن التمثيل الجغرافي للصحافة الجزائرية ليس ذا أهمية في اختيار العينة نظرًا لطبيعة مشكلة الدراسة ومنهجها اللذين لا يرتبطان بهذا الضابط في اختيار العينة.

الدراسات السابقة:

حاولت بعض الدراسات بحث العلاقة بين يوميات الصحفيين والوباء الصحي والوباء المعلوماتي والمعالجة الإعلامية في سياق جائحة كورونا، حيث هدفت دراسة **Source spécifiée non valide.** إلى التعرف على استراتيجيات الفضائيات الإخبارية وأساليب تغطية الأزمة في سياق جائحة كورونا، وهي دراسة وصفية استعان فيها الباحث بمنهج المسح، واعتمدت الدراسة على عينة قصدية

تشمل أربع قنوات، وهي: (قناة CNNو News Fox الأميركيتين)؛ وقناة (العربية، وقناة سكاي نيوز عربية)، وتوصلت الدراسة إلى: أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت عن مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع، وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية، بينما قدمت دراسة Sauvé**Source spécifiée non valide.** تحليلاً لنتائج استطلاع أجري على الصحفيين المحترفين في كيبيك الكندية وستة مقابلات نصف موجهة مع المحررين ومديري الأخبار لوسائل الإعلام في كيبيك، حيث ذكر الصحفيون إنهم قلقون بشأن هذه الظاهرة ويعتقدون أنه من الضروري حماية السكان بشكل أفضل من المعلومات المضللة، لا سيما من خلال تدريب الشباب في المدارس و يعتقدون أن وسائل الإعلام الرئيسية هي حصن جيد ضد غزو الأخبار المزيفة، لكنهم لا يؤيدون التشريع الذي يُنظر إليه على أنه يتعارض مع حق المواطنين في حرية التعبير، بالمقابل يتبادل المحررون ومديرو الأخبار مخاوف المشاركين في الاستطلاع ويقلقون من اختفاء وسائل الإعلام الإخبارية، وهي ظاهرة يمكن أن تسهل انتشار الأخبار المزيفة.

وكشف تقرير عن أول مسح عالمي واسع النطاق للصحفيين منذ بدء أزمة فيروس كورونا، أطلقه المركز الدولي للصحفيين (ICFJ) ومركز تاو للصحافة الرقمية في جامعة كولومبيا، لدراسة آثار أزمة فيروس كورونا على الصحافة في جميع أنحاء العالم، أن سبعين بالمائة من المستطلعين أشاروا إلى أن الآثار النفسية والعاطفية للتعامل مع أزمة الكوفيد 19، كانت أصعب جانب في عملهم. وحدد عدد مماثل (67%) المخاوف بشأن الصعوبات المالية باعتبارها صعوبة كبيرة، في حين احتل عبء العمل المكثف المرتبة الثالثة بين أكبر التحديات، قبل العزلة الاجتماعية وخطر الإصابة بالفيروس بالفعل **Source spécifiée non valide.**

ونستخلص مما سبق أن نتائج الدراسات السابقة ركزت على تناول دور ومسؤولية وسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج ونشر الأخبار الوهمية المتعلقة بفيروس كورونا، بينما تقترب الدراستان الأخيرتان من دراستنا في تناولها لمجتمع الصحفيين وتأثير الجائحة على الممارسة الإعلامية في بلدان وسياقات مجتمعية

تختلف عن المجتمع الجزائري، كما تتميز دراستنا باستهداف عينة من الصحفيين من مؤسسات مختلفة وفق تقنية المقابلة عن بعد، لجمع أكبر قدر من المعلومات التي لا يوفرها الاستبيان.

الخلفية النظرية للبحث:

أولا-مفهوم إعلام الأزمات:

يعرف إعلام الأزمات بأنه عملية تفاعل لفظي، للحالة الاستثنائية التي تعيشها المؤسسات الإعلامية المختلفة، وذلك استجابة حتمية لأزمة صحية أو سياسية أو اقتصادية يمر بها المجتمع، حيث تنشط وتكثر أثناء حدوث هذه الأزمة برامج التغطية الإعلامية، وبنفس الوقت تزداد نسبة اعتماد الجماهير على الوسيلة الإعلامية للتعرف على المزيد من تفاصيل هذه الأزمة **Source spécifiée non valide.**، كما يعرف بأنه مجموع العمليات الإعلامية التي تتواصل بها مختلف الوسائل الإعلامية قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمات لتغطية الأحداث ومواكبته.**Source spécifiée non valide.**

ويلتقي الإعلام بالأزمة فيما يعرف بإعلام الأزمات الذي يعد أحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمة لدى معظم الهيئات والمنظمات نظرا لحاجته إلى تغطية الأهداف، ومد جسور التواصل بين بؤرة الأزمة والجمهور المتعطش لما قد يحصل من توعية أفراد المجتمع واطلاعهم على كيفية التعامل مع الكوارث والأوبئة قبل وبعد وقوعها، والاستفادة منها في دعم وتنظيم الأعمال التطوعية في حالة حدوث الكوارث بحيث تجعل كل شرائح المجتمع فاعلة وتتفاعل بإيجابية **Source spécifiée non valide.**

ثانيا- دور الإعلام في إدارة الأزمات

تؤدي ظروف الأزمة إلى تزايد:

1- أهمية الدور الوسطي، الذي تقوم به وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام التالية: تقديم المعلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي، وتخفيف التوتر والقلق.

2- هناك من يرى أن الأزمة تؤدي إلى دعم ومساندة أدوار وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق ببناء الوفاق وتخفيف التوتر. وهناك من يرى أن ظروف الأزمة وما

تفرضه من تدخلات وقيود وإجراءات سوف تؤدي إلى تحجيم دور الإعلام، وخاصة ما يتعلق بتقديم المعلومات وشرح مغزى الأحداث وأهميتها، بذريعة عرقلة المجهود العلاجي للأزمة.

3- تجذب الأزمة اهتمام وسائل الإعلام، ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، الذي يصبح أكثر تعرضا لها وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الاتصال بحيث يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والغزارة وحدة المنافسة، حيث يتعرض الفرد لرسائل إعلامية أكثر من مقدرته على متابعتها والاطلاع عليها وفهمها **Source spécifiée non valide.**

ثالثا- مفهوم المعالجة الإعلامية في الأزمات وأنواعها:

تعرف المعالجة بأنها:" التعامل مع مادة دراسية علمية قد تكون أرقاما، أو كلمات، أو جمل، أو فقرات، أو نصوص، وغيرها تعتمد على التقويم، والفرز، والانتقاء للمادة، وتعديلها، ثم طرحها وفق منهج محدد ليتم إيصالها في قالب مدروس، ومقبول ومفهوم للمتلقي.**Source spécifiée non valide**، بينما عُرفت المعالجة الإعلامية بأنها الطريقة التي تتناول بها وسائل الإعلام القضية أو الحدث أو الموضوع أو الفكرة وفق سياسة تحريرية معينة تتحدد بناء على سياسة المؤسسة الإعلامية.**Source spécifiée non valide**، وتعني أيضا عملية الكشف عن اتجاهات ومديات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة، وهي أيضاً الطريقة التي تمّ بها نشر الرسالة من حيث الشكل والمضمون، والتي من شأنها تعزيز القيم أو رفضها في المجتمع، بحسب طريقة عرضها وتناولها في الوسائل الاتصالية.

وترصد الدراسات العلمية التي تناولت" الإدارة الإعلامية" ثلاثة أنواع من المعالجات الإعلامية للأزمات.**Source spécifiée non valide**:

1- المعالجة المثيرة: تستخدم تغطية تميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة، تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور، وتعتبر هذه المعالجة استجابة لما تفرضه اعتبارات السلطة

في بعض الأنظمة أو احتياجات السوق الإعلامية، التي تقوم على أساس التركيز على الوظائف التسويقية للإعلام دون النظر إلى الوظائف التربوية أو التثقيفية.

2- **المعالجة الناقصة:** يختلف هذا النوع من المعالجة تماما عن الأولى وهي مناقضة لها وعادة ما تكون ملازمة لها." وهي لا تقوم على التهويل بل على التهوين، وبذلك قد تقلل من معلومات وأخبار ذات أهمية قصوى بالنسبة للمجتمع، كتقليلها من الأصوات الداعية إلى انتهاج الحوار السياسي كحل للأزمة، أو مبالغتها في اعتبار هذه الأصوات خطيرة على المجتمع.

3- **المعالجة المتكاملة:** وهي المعالجة التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق)، وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة، التي تحترم موضوعها ومتلقيها، وتستخدم من أجل تحقيق ذلك من خلال أحد الأسلوبين التاليين:

أ-النمط العقلي: الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة، وتقديم معلومات مع محاولة إشراك الجمهور المتلقي، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح واهتمامات الجماهير.

وتهدف المعالجة المتكاملة إلى تكوين موقف متكامل ووعي عميق بالأزمة من خلال المعرفة العلمية السليمة لمعطيات الأزمة، ولذلك يحاول هذا النوع من التغطية إعطاء صورة كاملة تتسم بالوضوح والاتساق والشمول لمختلف جوانب الأزمة، وكذلك تقديم آفاق تطورها، وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور، والاعتماد على كوادر إعلامية مؤهلة ومعروفة، والتركيز على الأبعاد المحلية للأزمة.

ب- إعطاء صورة كاملة تتسم بالوضوح والاتساق والشمولية لمختلف جوانب الأزمة، وتقديم تاريخها وسياقها، وكذلك تقديم آفاق تطورها، وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور، والاعتماد على كوادر إعلامية مؤهلة ومعروفة. والتركيز على الأبعاد المحلية للأزمة. وتحاول هذه التغطية تجنب المخاطر التالية: أحادية النظرة إلى الأزمة والاقتصار على التغطية الجزئية، والاهتمام بالأبعاد الخارجية.

ويرى الباحث" نواف التميمي" أن **معالجة الإعلام لأزمة كورونا الراهنة**، تباينت بين ثلاثة مناهج:

الإعلام الهادئ والمسؤول: الذي اتبع في تغطيته مسارًا لم يتجاهل الخطر القادم، دون الذهاب إلى حد التهويل وترهيب الناس من موت محقق، سيطول ملايين الناس عبر العالم، تمسك بأخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية للإعلام، وفي هذا السياق أكدت مديرة الإعلام في (بي بي سي) أن للمؤسسة الإعلامية البريطانية العامة "دورًا أساسيًا لتلعبه.. في إطار الوضع الصحي الطارئ، يتمثل في توفير أنباء جديرة بالثقة ودقيقة".

إعلام الإثارة الأصفر: سقط الإعلام الأصفر، خاصة الإعلام الإلكتروني منه، في مستنقع تهويل الرأي العام، بسيل من الأخبار الكاذبة والسلبية، التي فاقمت الأزمة بترهيب الناس، ودفعهم إلى حافة أمراض لا تقل فظاعة عن كورونا، مثل الهلع والاكتئاب، روّجت لنظريات المؤامرة، أو لهثت وراء الإثارة والتهويل، لرفع رصيدها من المتصفحين دون مراعاة لأدنى مسؤولية اجتماعية ودون التقيد بأبسط القواعد المهنية والأخلاقية.

إعلام الإنكار والتهوين: أنكر صنف آخر من وسائل الإعلام خطورة الوباء بالهروب إلى الأمام بالاستخفاف بالجائحة والتقليل من مدى خطورة الوباء، إلى حد التعامل الكوميدي مع الفيروس. وبرزت عدد من وسائل الإعلام غير المسؤولة، حين فتحت استديوهاتها- لضيوف يزعمون الخبرة والمعرفة، بينما هم ينشرون الترهات والسخافات التي لا تليق بمنابر إعلامية، كان الأحرى بها الاجتهاد لاستضافة كفاءات قادرة على تقديم المعلومات الصحية والطبية والوقائية التي من شأنها رفع وعي المتلقي.**Source spécifiée non valide**.

تحليل بيانات المقابلة:

أولا- الخصائص العامة لعينة الدراسة:

تتمثل الخصائص العامة لعينة الدراسة في الخصائص والسمات، التي ننطلق منها لتفسير العلاقات القائمة بين متغيرات الدراسة، على اعتبار أن تحديد خصائص وسمات المجتمع المدروس تعطينا نظرة شاملة عن مدى تجانسه وتنوعه ومدى ارتباطه بالأسئلة، وعلى هذا الأساس نشرع في تحليل

وتفسير البيانات العامة لعينة الدراسة المتمثلة في صحفيي المؤسسات الإعلامية

خ ع	الجنس		المؤسسة				الملكية		المستوى الدراسي			التخصص			الخبرة
	ذ	أ	وكالة	ج	إ	ت	ح	خ	ل	ما	ما ج	س. ب	ص م.	ع. ع	
ك	6	6	1	4	5	2	8	4	5	3	4	5	6	1	36-5

المختلفة الذين تمت مقابلتهم عن بعد وفق الجدول رقم 01 الموضح أسفله.

الجدول رقم 01: الخصائص العامة لعينة الدراسة

يتبين من خلال الجدول رقم 1 المتعلق بخصائص العينة، أن جل الصحفيين الذين أجرينا معهم المقابلة يملكون مستويات جامعية ودراسات عليا، درسوا تخصص علوم الإعلام والاتصال خصوصا السمعي البصري أو الصحافة المكتوبة بدرجة أكبر أو علاقات عامة بدرجة أقل، وهذا راجع إلى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية ومنذ تعميم دراسته في جامعات القطر الوطني، صارت تشترط تخصص إعلام كحد أدنى للتوظيف، كما يلاحظ أن صحفيي المؤسسات الحكومية كانوا أكثر تفاعلا واستجابة لطلب إجراء المقابلة، مع حضور متوازن من الجنسين، لاسيما وأن خبرة مفردات البحث في الميدان الصحفي تراوحت بين 5 و 36 سنة، مما يرشحها لإفادتنا فيما يتعلق بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.

المحور الأول: تقييم إدارة الإعلام الجزائري للوباء الصحي

1- تخطيط المؤسسات الإعلامية لإدارة جائحة كورونا في الجزائر:

حاولت المؤسسات الإعلامية وفق المبحوثين استنفار إمكانياتها المتوفرة في إدارة الجائحة، بعد ضبطها لخطط إدارة الجائحة من ناحية أسلوب التغطية الإعلامية أو ما تعلق بالإجراءات التنظيمية والتدابير الوقائية في بداية الجائحة، حيث تفيد صحفية بجريدة خاصة أنه وبعد إعلان وزارة الصحة الجزائرية عن أول حالة" كوفيد 19" للرعية الإيطالي وبعدها في البليدة، خصصت هيئة التحرير صفحات وملفا كاملا حول مرض" كورونا" للمساهمة في التحسيس بخطورة وأعراض المرض، مع التأكيد على ضرورة استقاء المعلومات الخاصة بالإحصائيات

والحالات من المصادر الرسمية حتى لا نقع في التضخيم والتهويل وتخويف المواطنين، كما طلب منهم العمل عن بعد باستخدام وسائل الاتصال المتاحة والباقي يلتزمون بتدابير الوقاية التي يتم مراقبتها بصرامة" ويقول مسؤول بوكالة الأنباء الجزائرية أن" التخطيط للتعامل مع الجائحة تم مركزيا باتخاذ تدابير وقائية وتنظيمية تبعا لتوجيهات الحكومة، متمثلة في فرض توفير المحلول المعقم وكاشف الحرارة عند مدخل المؤسسة، وارتداء القناع الواعي على العمال وأي زائر للمؤسسة من ضيوف أو مواطنين، إلى جانب تسريح النساء وذوي الأمراض المزمنة في عطل استثنائية، وتعديل جداول العمل لتتناسب مع هذا النقص الطارئ في العمال" ويؤكد هذه التدابير صحفي بجريدة خاصة:" في بداية ظهور الجائحة تم اتخاذ تدابير صحية خاصة لتفادي العدوى، لكن بعد تفاقم المرض تقرر غلق المكاتب والعمل من المنزل وتغطية النشاطات مع احترام تدابير الوقاية، أما من ناحية العمل الميداني تم استحداث صفحة خاصة بوباء كورونا مع منح الأولوية للأخبار المتعلقة بالوباء مع الحرص على استقاء المعلومات من المصادر الرسمية لتفادي الوقوع في الأخبار الخاطئة.

تقول صحفية بقناة تلفزيونية خاصة بأن حصص التوعية بدأت مع بداية عودة الطلبة من الصين مع ظهور الوباء بشدة في الدول الأوروبية خاصة فرنسا بحكم عدد كبير من الجزائريين كان ينتقل إلى هذه الدول...

يتضح من إجابات الصحفيين أن المؤسسات الإعلامية في الجزائر وضعت خططا وقائية داخلية على مستوى مقراتها تقوم على توفير الحد الأدنى من وسائل الكشف والتأهب كأجهزة قياس الحرارة والتعقيم وإجراءات الحماية والتباعد الاجتماعي لعمالها أو ضيوفها، بينما كيفت برامجها وسياستها الإعلامية نحو التركيز أكثر على المعالجة الشاملة لأحداث الجائحة وأطرافها الفاعلة رغم محدودية قدراتها المادية والبشرية.

2- التعامل مع الخطاب الإعلامي في إدارة الوباء الصحي:

تلقى الصحفيون في بداية الجائحة تعليمات من رؤساء التحرير في مختلف المؤسسات الإعلامية المبحوثة، لعدم الوقوع في فخ التهويل والتضخيم من خلال الحرص على التأكد من المعلومات من جهة والاعتماد على مصادر موثوقة لدى

الجمهور مثل الأطباء ومديريات الصحة والمختصين في المجال من جهة ثانية، مع تقديم المعلومات بخصوص المرض بشكل لا يوحي بالخوف والانخراط في عملية التحسيس المنوطة بوسائل الإعلام لتمكين المواطن البسيط من فهم خصوصية الوباء وطرائق العدوى وانتشارها وكيفية التقليل منها، وغيرها من الأمور التي كانت جديدة على الجميع، حيث يقول صحفي بالإذاعة الوطنية أنه تم الابتعاد كليا عن بث أي معلومة لا تصدر عن جهة رسمية مخولة بذلك. ومن جانب الآخر تكثيف العمل التوعوي والتحسيسي بخطورة الوباء وواجب الوقاية منه كحل وحيد ناجع للتقليل من آثاره، إضافة لمعالجة ظاهرة التهويل التي شهدتها بداية تفشي الوباء ومحاولة حمل المستمعين على التمسك بالمعلومة الرسمية وعدم الانجرار مع الأخبار المضللة والمغلوطة" وهو ما يؤكده زملاؤه بأن الخطاب الإعلامي في مجمله كان معتدلا يهدف إلى نشر الوعي بين أفراد المجتمع دون نشر الفزع والهلع وغالبا ما تتم الاستعانة بأخصائيين نفسانيين لنقل الرسالة بطريقة سلسة خاصة خلال الحجر الصحي.

ويتضح من إجابات المبحوثين أن خطاب المؤسسات الإعلامية في سياق جائحة كورونا كان مطمئنا ومطابقا لخطاب المؤسسات الرسمية في البلاد، بالتركيز على التغطية الشاملة والمستمرة للجائحة باعتبارها حدثًا لا مثيل له يمر به العالم والإعلام المعاصر (ترتيب الأولويات)، حيث دعت سلطة ضبط السمعي البصري في الجزائر المؤسسات الإعلامية لتكييف برامجها مع الوضع الراهن وتوجيهها نحو التحسيس والتوعية، دون الدخول في الهلع والخوف **Source spécifiée non valide.**، فيما قوبل خطاب بعض المؤسسات الإعلامية بالنقد والتوبيخ من الجهات الرسمية ممثلة بوزارة الاتصال التي حذرت من التضليل الإعلامي وخطاب التهويل لبعض وسائل الإعلام في إطار معالجة المعلومات المتعلقة بوباء فيروس كورونا، واعتبر المصدر ذاته بمثابة" نذر شؤم هذه المعالجة من خلال المبالغة في التهويل بالوضع الوبائي الخطير في حد ذاته في بلد يعيش حالة حرب ضد عدو غير مرئي يتسبب في أضرار لا حصر لها في جميع أنحاء العالم، كما تشير إليه في بقاع أخرى إحصاءات مأساوية بكثير مقارنة بالوضع الحقيقي في الجزائر **Source spécifiée non valide.**

3- تقيم المعالجة الإعلامية للوباء الصحي في الجزائر:

يتفق المبحوثون على أن الطابع الإخباري الصرف ميز المعالجة الإعلامية للوباء الصحي في الجزائر، حيث خصصت المؤسسات الإعلامية حيزا كبيرا للمساهمة في التحسيس بخطورة وباء "كورونا" ومنها من استعان بمختصين وعلماء من مختلف الدول، ومن أهم الباحثين في المجال وحتى هناك من نزل بالكاميرا للشارع وللمستشفيات وللبليدة عندما أعلنت منطقة موبوءة ونقل كل جوانب" الجائحة" وما أحاط بها من ظروف، وحتى بالنسبة للصحف فقد خصصت هي الأخرى صفحات من أجل ذلك.

ويؤكد صحفي بالإذاعة الوطنية ذلك بقوله إن« تغطية الإعلام الجزائري فعلا كانت إخبارية أكثر منها استقصائية في إدارة الجائحة وأعتقد بأن هذا الأمر متوقع لأن الفيروس تغيب عنه معلومات كثيرة، واكتفينا بنقل إحصائيات الإصابات وطرق الوقاية".

وأرجع المبحوثون غياب التغطية الاستقصائية في الجائحة إلى أن الصحافة الاستقصائية تتطلب المزيد من الإمكانيات والوقت في ظل خصوصية الظرف الراهن، ونقص تجربة المؤسسات الإعلامية الجزائرية في إدارة مثل هذه الأزمات، فيما أعاد صحفي بجريدة خاصة ذلك إلى أن" الصحافة الاستقصائية كفن صحفي بامتياز تراجعت في الصحافة الجزائرية بسبب نقص الاحترافية وغياب الحماية القانونية للصحفي وصعوبة الولوج لمصادر المعلومات في ظل منظومة سياسية متأزمة، ونفس الأمر تكرر خلال تغطية جائحة كورونا من طرف وسائل الإعلام بعد تسجيل متابعات قضائية للعديد من الصحفيين بعد نشر معلومات حول الوباء دون الحصول على تصريحات من الهيئات الرسمية التي شكلتها الحكومة لتسيير الاتصال حول أزمة كورونا".

ويرى المبحوثون أن الإعلام الجزائري تعامل بشكل احترافي مع الجائحة بالرغم من النقائص والهفوات إلا أنها تبقى تجربة مميزة، رغم أن المؤسسات الإعلامية لا زالت فتية ولا تملك تلك القوة التي تخول لها التغيير، فيما تنتقد صحفية بالإذاعة الوطنية الاتجاه السلبي للمعالجة الإعلامية في بداية الأزمة

بقولها:" الإعلام في البداية اتبع أسلوب التخويف بنقل الحقائق من غرف الإنعاش".

ويتبين من إجابات المبحوثين أن أسلوب المعالجة الإعلامية للجائحة في الجزائر، اتخذ منحى الصحافة الإخبارية الشاملة" النفس القصير" من حيث الكم والكيف، باعتبارها المتصدر للأجندة الإعلامية والسياسية والاقتصادية في كافة بقاع العالم، حيث اتجهت أكثر للتربية والتعليم وتعريف الجمهور بيوميات الجائحة على صعيد العالم بأكمله، في ظل عدم وجود بيئة مشجعة على فن الصحافة الاستقصائية، حيث تحتاج صحافة الاستقصاء إلى قدر كبير من التفرغ، وإلى بذل الصحفي قدرا أكبر من الجهد والوقت وفي ظل عدم وجود "مظلة حماية" توفرها المؤسسات الصحفية ونقابة الصحفيين، للصحفي الاستقصائي، وهي النتيجة التي تتفق مع دراسة**.Source spécifiée non valide** حول محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة التي توصلت إلى" اعتماد التغطية الإعلامية على السلطات الرسمية في البلدان العربية كمصادر للمعلومات بخصوص وباء فيروس كورونا في تلك البلدان دون السعي لاستقاء المعلومات من الواقع، أو مساءلة التصريحات والإجراءات الرسمية لمعرفة الحقيقة أو سلامة الإجراءات وتناسبها مع حجم الوباء وآفاقه المستقبلية مقارنة بما حدث ويحدث في البلدان التي تفشى فيها الوباء"، في حين يختلف الحال بالغرب، ذلك أن "ثقافة الانتقاد" -هناك- تمثل قاطرة تقود المجتمع في جميع مؤسساته؛ استنادًا إلى ما توفره صحافة الاستقصاء من صدق في التناول، وعمق في المعالجة، وتميز في الطرح، وبحث خلف الكواليس، ودور كاشف يساعد صانع القرار والرأي العام في تحديد الاتجاه إزاء قضية أو مسألة ما.

المحور الثاني: تأثير جائحة كورونا على الممارسة الإعلامية والصحفيين في الجزائر

4- تحولات الممارسة الإعلامية في سياق جائحة كورونا:

اتفق المبحوثون على أن جائحة كورونا أحدثت تحولات كبيرة في الممارسات الإعلامية، بالاتجاه نحو العمل عن بعد وغرف التحرير الرقمية، فضلا عن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف الذكي في العمل من خلال عقد

الاجتماعات وتوزيع المهام عبر مجموعة "واتساب" خاصة بهيئة التحرير، لكن في نفس الوقت أثرت "الجائحة" في العمل الميداني والذي أصبح يشكل خطرا على صحة الصحفيين، واقتصر ذلك فقط على بعض الروبورتاجات والخرجات التي تخص وضعية المستشفيات والزيارات الميدانية لمرافقة الأطباء والمرضى والتي تطوع الصحفيون للقيام بها رغم كل المخاطر التي قد تنجر عنها.

هذا وقد تم تجميد كل النشاطات الحكومية والوزارية والملتقيات وغيرها من النشاطات التي كانت تشكل مصدرا من مصادر المعلومات والعمل بالنسبة للصحفيين، وهنا يقول مسؤول بوكالة الأنباء الجزائرية" أن الجائحة أثرت على حجم الإنتاج الإعلامي ووجدنا صعوبة في الاتصال بمصادر الخبر"، فيما يرى صحفي بالإذاعة الوطنية أن" محتويات المنصات الإلكترونية المتدفقة بشكل مستمر أثر على طريقة إدارة الحوارات الصحفية وصياغة التقارير من ناحية الرغبة في الإحاطة بالموضوع دون الوقوع في تقديم معلومات غير ثابتة علميا، رغم أن بعضها يلقى رواجا وقبولا بين الجمهور"، وهو ما تؤكده صحفية بالإذاعة المحلية التي قالت" إن العمل الميداني أصبح صعبا ومقلقا في ظل انتشار الفيروس، مما حتم إلغاء بعض الحصص أو تقليص عدد الضيوف وعدد العمال كإجراء وقائي"، ويرى صحفي بجريدة خاصة أن المؤسسات الإعلامية على غرار كل الهيئات الأخرى تفاجأت بالجائحة لذا اضطرت للتأقلم مع المرض خاصة خلال التغطيات الميدانية، مما أدى إلى تسجيل العديد من الإصابات وسط العاملين في القطاع بسبب احتكاكهم بالمصابين في المستشفيات.

ويتبين من إجابات المبحوثين أن جائحة كورونا كان لها تأثير على الممارسة المهنية من ناحية اضطراب عملية استقاء المعلومات من مصادرها والتحول إلى العمل عن بعد، من خلال غرف أخبار افتراضية باستخدام الهواتف الذكية وبرامج إلكترونية لعقد الاجتماعات واستخدام نظام المناوبة في النمط الحضوري خصوصا للإذاعات والقنوات التلفزيونية التي عمدت لتقليص عدد عمالها وضيوفها وجمهورها في الأستوديوهات، مع تكييف جذري للشبكة البرامجية.

5- تأثيرات الجائحة على الصحفيين الجزائريين:

تسببت جائحة كورونا في مشاكل مختلفة للصحفيين، فمن الناحية الاقتصادية: لجأت بعض المؤسسات الإعلامية التي تعاني من أزمة مالية خانقة إلى تقليص عدد عمالها وصحفييها ومنحهم عطلا إجبارية وهو ما تسبب في عدم تقاضيهم لأجورهم وإحالتهم على البطالة في ظرف جد صعب وخاصة في الأشهر الأولى للحجر الصحي، حيث يقول صحفي بجريدة خاصة إن" المؤسسات الإعلامية الخاصة وقبل الجائحة كانت تعاني مشاكل مالية كبيرة وهو ما زاد مع الجائحة، فالصحفي هو رب عائلة أو مسؤول عن عائلة وعدم وجود دخل يؤثر عليه وعلى عائلته".

من الناحية الاجتماعية كان للجائحة تأثير يتعلق بصعوبة التنقل خلال ساعات الحجر والانقطاع الاضطراري عن بعض الزيارات العائلية واللقاءات الاجتماعية وبعض العادات كالرياضة واللقاءات الثقافية والانعزال أكثر في البيت، كما كان للجائحة آثار جسدية وصحية، سواء بالإرهاق أو بمضاعفات صحية لأصحاب الأمراض المزمنة، بسبب العمل لساعات إضافية، كما تأثر الصحفيون نفسيا بحكم طبيعة عملهم التي تفرض الاحتكاك اليومي بفئات عدة تزيد المخاوف والقلق من احتمالية العدوى بالوباء ونقله لأفراد الأسرة، حيث يقول صحفي بجريدة خاصة إن" الصحفي ابن الميدان وهو معرض جدا للعدوى وللأسف هذا ما حدث للزملاء حتى إن هناك من توفي رحمهم الله، لذا كانت هناك ضغوطات نفسية على الصحفي وفي نفس الوقت نداء الواجب يحتم عليه العمل والمواجهة".

ويتضح جليا من إجابات المبحوثين أن الصحفيين عانوا من ضغوط نفسية كبيرة في سياق الجائحة نتيجة الخوف والقلق من احتمال الإصابة ووقوفهم عن قرب من الحالات المؤكدة في المستشفيات ومصالح حفظ الجثث أو نقل العدوى لأحبائهم أو من مستقبل غامض، فبينما لم يتأثر الصحفيون في القطاع الحكومي اقتصاديا، تضرر نظراؤهم في القطاع الخاص بسبب تخفيض الأجور أو التسريح، وتتفق النتيجة المتوصل إليها مع نتائج دراسة حديثة أجراها المركز الدولي للصحافيين ومركز "تاو" للصحافة الرقمية في جامعة كولومبيا، حيث إن 70 في المئة من الصحافيين المشاركين قالوا إن التأثيرات النفسية شكلت أكبر تحدّ واجههم أثناء الجائحة واختار ثمانون في المئة من الصحافيين تأثيرا نفسيا

سلبيا واحدا على الأقل، بما في ذلك القلق والإرهاق وصعوبة النوم والشعور بالعجز .Source spécifiée non valide.

6- الصعوبات والتحديات التي رافقت الصحفيين في أداء مهامهم أثناء الجائحة:

واجه الصحفيون صعوبات مختلفة في ممارسة مهنتهم جراء تأثيرات الجائحة، تصدرها العمل الميداني في فترة الحجر الصحي والخوف من نقل العدوى لأفراد العائلة والتسبب في فقدان الأهل أو الأصدقاء وأزمة الإعلام والاتصال المؤسسي، حيث تقول صحفية بجريدة خاصة إنهم" وجدوا صعوبة في الوصول للمعلومة وحتى العمل الميداني وإيجاد موضوع سواء لكتابته أو تغطيته بعد تجميد كل النشاطات والفعاليات... صعوبة الحصول على تصريح التنقل في بداية الجائحة وفترة الحجر المنزلي بالنسبة للصحفيين في القطاع الخاص بسبب التمييز في منحه" وهو ما يؤكده مسؤول بوكالة الأنباء الجزائرية بإقراره بـ"صعوبة الاتصال بمصدر الخبر، الاعتذار عن تمكين الصحفي بالمقابلة وهاجس الإصابة بالفيروس"، كما عانى الصحفيون من إشكالية تراجع التواصل مع شريحة من الجمهور، حيث يقول صحفي بالإذاعة الوطنية إنهم اصطدموا بعامل عدم الإيمان بوجود هذا الفيروس وبحثا عن شهادات حية لنقل الحقائق من دون تخويف، كما انتقد المبحوثون المؤسسات الإعلامية التي تراخت في توفير وسائل الوقاية من العدوى خلال تأدية مهامهم في الميدان، بالإضافة إلى افتقاد العديد من الصحفيين للتأمين الاجتماعي من طرف مؤسساتهم .

ويتضح من إجابات الصحفيين أن الممارسة الإعلامية أثناء الجائحة كانت معقدة جدا ومحفوفة بالمخاطر والصعوبات سواء الداخلية التنظيمية في ظل نقص تدابير الوقاية وحماية الصحفيين، أو خارجية في سياق أزمة الاتصال العمومي وصعوبة الحصول على المعلومات التي يحتاجها الصحفيون وعدم تفاعل شريحة من الجمهور التي أنكرت المرض أو تؤمن بنظرية المؤامرة.

7- تأثير الوباء المعلوماتي على صناعة الإعلام في سياق جائحة كورونا:

جعل انتشار الوباء المعلوماتي في ظل الجائحة مصداقية الوسائل الإعلامية على المحك، بسبب تراجع ثقة الجمهور في الإعلام التقليدي ونزوحه نحو الإعلام

الشبكي وصعوبة إقناعه، وبسبب الهلع والخوف من المصير المجهول للمرض ورفض تصديق ما تبثه القنوات واتهامه لبعض الوقت بأنه شريك في الكذب وبأنه لا ينقل الحقيقة والواقع، حيث يفسر صحفي قسم الأخبار بالإذاعة الوطنية ذلك بأن" الفايك نيوز سببت للصحافيين تحديا أكبر لتنقيح مصادرهم وكسب ثقة جمهورهم، لأنها منافسة شرسة وغير متكافئة. فالصحفي لا يستطيع التوقف لتفنيد كل ما يقع عليه يوميا من مئات المعلومات مجهولة المصدر أو غير الموثوق نسبتها إلى مصادرها .. وللأسف هذه الصعوبة دفعت بعض الإعلاميين للغرف دون تمييز من الفايك نيوز لتحقيق السبق والتماشي مع لهفة الجمهور لتلقي معلومات غير اعتيادية وإشباع نهمه المتزايد وقت الأزمات للأخبار".

ويتبين من إجابات المبحوثين أن الوباء المعلوماتي ينطوي على خطر طمس دور الصحافة التي يمكن أن تفقد مصداقيتها عندما لا تتخذ الاحتياطات اللازمة لتجنب التلاعب بها، وعندما تصبح الصحافة هدفًا للمعلومات المضللة، فإن هذا يقلل من ثقة الجمهور بها ويعزز الرأي التهكمي القائل بأنه لا يوجد فرق بين رسائل الصحافة وإعلام التضليل.

خاتمة:

سعت هذه الورقة البحثية لدراسة كيفية تعامل الصحفيين في الجزائر مع جائحة فيروس كورونا المستجد ومتطلبات الحجر الصحي، انطلاقا من مراجعة التراث النظري والدراسات السابقة في الموضوع، ومن خلال مساءلة عينة قصدية من الصحفيين توفرت فيها سمات سوسيومهنية مختلفة من حيث الجنس والوسيلة والملكية والمستوى الدراسي والتخصص والخبرة، ساهم تكوينها المتخصص في علوم الإعلام والاتصال من جامعات جزائرية وأجنبية وخبرتها الواسعة في الميدان الإعلامي إلى الحصول على وجهات نظر مهمة بخصوص إشكالية البحث وتساؤلاته الفرعية، التي تمت معالجتها باستخدام أسلوب التحليل الموضوعي للمقابلات، حيث توصل البحث إلى النتائج التالية:

- اتخاذ المؤسسات الإعلامية في الجزائر خططا وقائية لإدارة الجائحة على مستوى مقراتها تقوم على الالتزام بالبروتوكول الصحي وتكييف برامجها وسياستها الإعلامية

نحو التركيز أكثر على المعالجة الشاملة لأحداث الجائحة وأطرافها الفاعلة رغم محدودية قدراتها المادية والبشرية.

- تناول المؤسسات الإعلامية في الجزائر لأخبار الجائحة وفق خطاب مطمئن يبتعد عن لغة التهوين أو التهويل وملتزم إلى حد بعيد بالمهنية الصحفية وتوجيهات وزارة الاتصال وسلطة الضبط السمعي البصري على اختلاف الوسيلة الإعلامية وملكيتها.

- تركيز المؤسسات الإعلامية في الجزائر على المعالجة الإخبارية الصرفة لأحداث الجائحة في غياب صحافة استقصائية بسبب نقص الإمكانيات المادية والبشرية ونقص الاحترافية وغياب الحماية القانونية للصحفي وصعوبة الولوج لمصادر المعلومات.

- إحداث جائحة كورونا لتحولات جديدة على مستوى الممارسة الصحفية من خلال العمل عن بعد أو غرف التحرير الرقمية، والاستفادة من المنصات الاجتماعية في تفويج الأطقم الصحفية إلى مجموعات صغيرة.

- تصاعد الضغوط النفسية والاجتماعية العميقة لوباء كورونا على الصحفيين بعد إصابة عينة من زملائهم بالفيروس أو فقدان حياتهم وهم في الخطوط الأمامية لنقل أحداث الجائحة.

- إلحاق الجائحة أضرارا اقتصادية كبيرة بالمؤسسات الإعلامية الخاصة، حتمت تخفيض الأجور والتسريح المؤقت أو النهائي لبعض الصحفيين.

- تذمر الصحفيين في المؤسسات الإعلامية الخاصة من عدم توفير مؤسساتهم الإعلامية مستلزمات الوقاية الضرورية والتأمين الاجتماعي وهم يمارسون عملهم الميداني.

- قلق وتوجس الصحفيين من خطر الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة والمضللة على مستقبل المهنة ومصداقيتها.

- تسريع جائحة كورونا لعملية التحول الرقمي لعديد المؤسسات الإعلامية الحكومية في الجزائر، عكس المؤسسات الصحفية الخاصة التي تتم فيها العملية بخطوات محتشمة جراء الأزمة الاقتصادية الخانقة التي تعيشها.

لقد شكلت جائحة كورونا امتحانا جديدا لقياس أداء الصحافة المحترفة ومصداقيتها في سياق التحولات الرقمية التي تشهدها المهنة وخطر تدفق الأخبار الزائفة، حيث توصي هذه الورقة البحثية بما يلي:

- تحسين ظروف الصحفيين الاجتماعية والاقتصادية وتوفير بيئة عمل مناسبة خصوصا أثناء الأزمات والجوائح.
- استحداث مشروع الإعلام الصحي والعلمي في كليات الإعلام وتكوين الصحفيين في دورات متخصصة.
- تنمية معارف ومهارات الصحفيين في منهجية التحقيق في التضليل والإبلاغ عنه، فضلا عن إنشاء غرف أخبار مزودة بتكنولوجيات وبرامج لضمان مراقبة فعالة.
- عقد شراكة بين المؤسسات الإعلامية وكليات الإعلام والاتصال ومنظمات المجتمع المدني والمؤثرين في المنصات الاجتماعية لمكافحة ظاهرة الوباء المعلوماتي.

المراجع:

1. أحمد زكي بدوي. (1985). معجم مصطلحات الإعلام. القاهرة: دار الكتاب المصرية.
2. أديب خضور. (1999). الإعلام والأزمات (الإصدار ط1). الرياض: أكاديمية نايفالعربية للعلوم الأمنية.
3. زين العابدين بوعشة. (22 جويلية, 2020). كورونا في الجزائر: الإعلام في إدارة الأزمة.. بعيدا عن التهويل والتهوين. تاريخ الاسترداد 04 10, 2020، من التلفزيون الجزائري: /https://www.entv.dz
4. سي بتي هيو. (1996). إدارة الأزمات (الإصدار بدون طبعة). (عبد الفتاح صبحي، المترجمون) القاهرة: دار الثقافة العالمية.
5. ظاهر الكلالدة، و كاظم جودة. (1997). أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية. عمان: زهران للنشر.
6. عبد القادر عرابي. (2007). المناهج الكيفية في العلوم الإجتماعية. دمشق: دار الفكر المعاصر.

7. محمد الأمين موسى. (09 أفريل, 2020). محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة. تاريخ الاسترداد 15 أكتوبر, 2020، من مركز الجزيرة للدراسات: https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642
8. محمد عادل صادق. (2006). الصحافة و إدارة الأزمات : مدخل نظري تطبيقي (الإصدار ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
9. محمد عبد الرزاق الدليمي. (2012). الإعلام وإدارة الأزمات (الإصدار ط1). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
10. مروة الأسدي. (29 مارس, 2020). الدور الوظيفي للإعلام في معالجة الأزمات والكوارث. تاريخ الاسترداد 22 11, 2020، من شبكة النبأ المعلوماتية: https://annabaa.org/arabic/studies/22681
11. نواف التميمي. (14 افريل, 2020). مسؤولية الإعلام الأخلاقية في الأزمات الإنسانية. تاريخ الاسترداد 24 11, 2020، من مركز حرمون للدراسات المعاصرة: /https://www.harmoon.org/opinions
12. وزارة الاتصال. (11 جويلية, 2020). كوفيد-19: وزارة الاتصال تحذر من التضليل الإعلامي وخطاب التهويل. تاريخ الاسترداد 15 10, 2020، من وزارة الاتصال: http://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/925
13. Bogdan, R., & Biklen, S. (2003). Qualitative Research for Education :An Introduction to Theory and Methods (éd. 4th). Boston: Allyn and Bacon.
14. Posetti, J., Bell, E., & Brown, P. (2020). Journalism and the Pandemic:A global snapshot of impacts. the International Center for Journalists (ICFJ) and Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.
15. Sauvé, M.-R. (2019, Jul). Les fake news dans les médias du Québec:perceptions des journalistes. (M. p. communication, Compiler) Université de Sherbrooke:Faculté des lettres et sciences humaines.

المعالجـــة الإعلاميـــة لجائحـــة كورونـــا في الجزائـــر
بين المنظور القانوني والمسؤولية الاجتماعية

1- د بوسجرة ليليا 2- ط.د محمدي البشير 3 -ط. د مأمون محمد إسلام

1-المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام– الجزائر Lilia.boucedjra@yahoo.fr

2- جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعريف المكيف bachirmhamdi6@gmail.com

3- جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعريف المكيف islammaamoun9@gmail.com

ملخص الدراسة:

تبحث هذه الورقة البحثية في حدود الممارسة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الصحية، بين الضوابط القانونية وكذا المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، خاصة في هذا الظرف الصحي الذي يعيشه العالم من جراء انتشار وباء كوفيد فيروس كورونا الذي خلف هلاك الآلاف من الضحايا، حيث عرضت الدراسة الإطار العام الذي تتعامل فيه وسائل الإعلام مع المعلومة الصحية في ظل نظرة المشرع الجزائري من خلال قانون الإعلام 05-2012 لحدود وأخلاقيات العمل الإعلامي، كما قدمت الدراسة موقع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من خلال تقديم مجموعة من المبادئ التي يقوم عليها هذا الاتجاه، كما تم تقديم قراءة حول تعامل الإعلام الجزائري مع الأخبار المتعلقة مع هذا الوباء.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، المنظور القانوني، المسؤولية الاجتماعية، جائحة كورونا.

مقدمة:

لعبت وسائل الإعلام دورا أساسيا في رسم السياسات الصحية في كل دول العالم، كون الإعلام بمثابة الجسر الذي يربط عما تنتجه الحكومات من قوانين واقتراحات وكذا عرض الهياكل والمنشآت الصحية على الجمهور، ولعل في عصرنا الحالي مع تعدد وسائل الإعلام والاتصال خاصة في ظل بيئة رقمية تمتاز بالسرعة والضخامة في صناعة المعلومة وتداولها على نطاق واسع في كل الفضاءات المفتوحة، لتبقى المعلومة بمثابة القطعة الأساسية في البناء الاتصالي الذي يضمن التماسك في كل الميادين أو يحدث خللا فيها.

وبالعودة إلى كرونولوجيا الأزمات الصحية التي عرفها العالم خلال القرن الحالي حيث سجلت الصين فيروس **"سارس"** سنة 2002 الذي أدى إلى موت المئات من الأشخاص، وبعدها" **أنفلونزا الطيور"** سنة 2003 في هونغ كونغ الذي سجلت من خلاله العديد من الوفيات، و**"أنفلونزا الخنازير"** سنة 2009 الذي اكتشف لأول مرة في المكسيك لتنتقل عدواه إلى كامل أرجاء أمريكا الجنوبية وتسجل نفوق المئات من الأشخاص، إفريقيا كذلك اكتشف فيها فيروس **"إيبولا"** سنة2013 الذي أدى إلى حدوث كارثة صحية خلفت الكثير من الوفيات، وصولا إلى تاريخ شهر ديسمبر من سنة 2019 والتي أعلنت فيه الصين عن اكتشافها لفيروس قاتل معروف باسم فيروس" **كورونا"**(كوفيد 19) على أراضيها وبالضبط في مدينة يوهان، وهو فيروس مجهول وقابل للتنقل بطريقة سهلة بين الأشخاص ويؤدي إلى الوفاة خاصة بين فئة الأطفال وكبار السن، وسرعان ما انتشر هذا الفيروس إلى كل أنحاء العالم ليسجل مئات الآلاف من الوفيات وملايين الإصابات، الأمر الذي استدعى ضرورة وضع خطط مستعجلة لمواجهة هذا الوباء، ليدخل العالم بعدها في ركود اقتصادي لم يشهده منذ الحرب العالمية الثانية، لتتسارع بعدها معدلات الإصابة والوفيات بشكل بات ينذر بحدوث الأسوأ.

ولم تُستثنَ الجزائر بطبيعة الحال من خطر هذا الوباء؛ حيث سجلت أول حالة إصابة بفيروس كورونا في شهر مارس من سنة 2020 لرعية إيطالي دخل الأراضي الجزائرية، لتتطور بعدها الأوضاع باكتشاف بؤر أخرى في البليدة والجزائر ووهران ومدن أخرى، لتدخل البلاد بعدها في حجر صحي طوعي مس جميع أنحاء

الوطن، وأصبح حديث وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي عدد الإصابات والوفيات المسجلة وحالة الاستنفار في المستشفيات والمراكز الصحية، لتتحمل بعدها وسائل الإعلام المهمة في التعامل والمعالجة الإعلامية للمعلومات المتعلقة بهذا الفيروس خاصة في مجال التوعية ، وكذا موقع أخلاقيات المهنة في التعامل مع الأزمات الصحية وإبراز دور المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في مواجهة الوباء عن طريق مهمته التي تستدعي توظيف هذه الوسائل وحوكمتها في مرافقة الأوضاع الاستثنائية، وانطلاقا من هذه الأرضية نطرح التساؤل الرئيس التالي: **ما هي الضوابط القانونية والأخلاقية التي تتم فيها المعالجة الإعلامية في الجزائر لوباء كورونا فيروس؟** وتتفرع هذه الإشكالية لتساؤلات فرعية أخرى على غرار:

- ما هي المنطلقات الأخلاقية للممارسة الإعلامية في مواجهة الأزمات الصحية؟
- كيف يتم التعامل مع المعلومة الصحية في وسائل الإعلام؟
- ما موقع المسؤولية الاجتماعية أثناء نشر الخبر من قبل القائم بالاتصال؟
- كيف ينظر المشرع الجزائري للممارسة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 12-05؟
- أي دور تلعبه وسائل الإعلام الجديد في التوعية الصحية لخطر فيروس كورونا؟

أهمية الدراسة: وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تبحث في تحديد الإطار القانوني لوسائل الإعلام في تحرير الأخبار المتعلقة بالطارئ الصحي، وكذا التعرف على حدود الممارسة الإعلامية أثناء مواجهة الأزمات الصحية، وتسعى إلى قراءة المشهد الإعلامي الجزائري في التعامل مع الظروف الصحية الاستثنائية، وتبحث أيضا في تبيين دور ميثاق أخلاقيات المهنة في رسم مبادئ المعالجة الإعلامية للمعلومات المتعلقة بالفيروس.

المسؤولية الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي:

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أكدت النظريات الخاصة بالعلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، على أن تحديد هذه العلاقة ونتائجها، يتحكم فيها الفرد إلى حد كبير من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد دوافع الاستخدام وإدراك المعاني.

يعتبر الإعلام من أهم روافد حرية الرأي والتعبير، فهو يحتل منزلة مهمة في النظام الديمقراطية فلا يتصور وجود ديمقراطية دون حرية الإعلام، فالإعلام

الحر هو رئة الشعوب تتنفس من خلاله وتعبر عن فرحها وآلامها سواء أكان ذلك عن طريق تحقيق أو مقالة، وبالرغم من الدور العظيم لحرية الإعلام إلا أن ذلك لا يعني حرية مطلقة بلا حدود وضوابط، فالأمر المستقر أنه لا يمكن أن تكون الحرية مطلقة بلا قيد، وإلا انقلبت إلى فوضى حاملة في طياتها العدوان، لذا لا بد من تنظيم هذه الحرية ووضع الضوابط التي تكفل في ممارستها للحفاظ على حقوق الأفراد وحرياتهم. (الحافظ 2014)

تكتسي وسائل الإعلام بكل أشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية أهمية كبيرة في المجتمعات الحديثة، وتنبع أهميتها من مسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل في إطاره، ويمكن إدراك المسؤولية الإعلامية من ثلاث وظائف هي:

- القيام بالوظائف والأدوار الاجتماعية والسياسية، ومناقشة كافة الأفكار والآراء والمواقف والوظيفة الثقافية من تقديم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع.
- معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مشروعة.
- معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من قبل الإعلاميين لتحقيق المبادئ الانفصالية. (هردو 2016)

ترمز وسائل الاتصال الجماهيرية في الأدبيات العامة إلى الصحافة المطبوعة والتلفزيون والإذاعة والوسائط المتعددة والشبكات المعلوماتية(الانترنت) والمسرح والسينما، وكل ما يتعلق بمقاربة البعد الاجتماعي الذي يتحكم في طبيعة المرسلين من حيث العامل الثقافي والنزعة الاحترافية، والتعلق بما يسمى بالأخلاقيات الصحفية والخلفية الاجتماعية وأيضا التوجهات الإيديولوجية والسياسية، وكذا المعتقد عندما تستدعي الضرورة لذلك، فعملت لجنة الحرية للصحافة المسماة لجنة(**هيشتنز**) المكونة من الممارسين الإعلاميين الأكاديميين ممثلي المؤسسات التنفيذية في أمريكا، وترى هذه النظرية أنه يتحتم على وسائل الإعلام أن تمتلك روح المسؤولية الاجتماعية في أدائها طالما أنها تعمل في الفضاء العام، وأن تقدم الأحداث بكيفية متكاملة (واقعية وحقيقية). (عزي 2010)

الإعلام الجزائري بين نشر ثقافة الوعي ولغة الأرقام في مواجهة أزمة كورونا:

مع استمرار موجة وباء كورونا في شتى أنحاء العالم في موجتها الثانية بعد هدوء حذر، تزداد المخاوف من لعنة لغة الأرقام التي تتزايد بشكل متسارع، في مقابل ذلك تتضارب الأنباء حول إيجاد لقاح يخلص العالم من هذا الوباء الفتاك، إلا أن الصورة التي ترسمها وسائل الإعلام في كل مرة من كونها ناقلة للخبر بكل أشكاله وبمختلف القوالب الفنية المعروفة، لكن نقل الخبر رغم قداسته وتطابقه مع الواقع هو أمر في غاية الأهمية، إلا أن من وظائف وسائل الإعلام نشر ثقافة الوعي في المجتمع، كونها تتحمل المسؤولية الاجتماعية في المعالجة الفنية للخبر أولا وجعله عنصرا إيجابيا وتناوله من جانبه الذي يحمل معه ثقافة الحذر من الأخطار المحدقة التي تعصف بالنظام العام في المجتمع، وتجنب انسلاخ النسيج الاجتماعي من خلال توظيف الإطار العام للصناعة الخبرية والتناول الإعلامي للأزمات الصحية الاستثنائية التي تؤثر على جميع الميادين والتي تستهدف الفرد باعتباره أصل التكوين المجتمعي.

إن جعل ثقافة الوعي كمبادرة تقوم بها وسائل الإعلام خاصة مع تعقد البيئة الرقمية و(متاهة مواقع التواصل الاجتماعي) كما تعتقد مي العبد الله، التي جعلت الفرد مسلحا بأفكار تفتقد للمهنية وتسوق لأجندة مصطنعة لإثارة مسائل معينة وتغيب أخرى عن المشهد العام، كإطلاق إشاعات- مثلا- حول نفاذ قارورات الأكسجين ونشر أرقام لا تستند لمصادرها الرسمية كما حدث في الجزائر، والتي أدخلت البلاد في دوامة من فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية التي تصدر أرقام وكأن مهمتها الرئيسة هي نشر الأرقام وفقط، ولعل تقنين الممارسة الإعلامية في الجزائر أضحى ضرورة ملحة في كل وسائل الإعلام سواء التقليدية أو تلك التي تعمل ضمن الإعلام الجديد حتى مع وجود القوانين التي لا تفعل في كثير من الأحيان وهي مطبات تعلق ظاهريا ولا تفعل وهو الأمر الواضح في غياب مجلس ميثاق أخلاقيات المهنة الذي يوجد به نص قانوني واضح، ومن المفروض أنه استلم مهامه قبل سنوات، وهو الهيئة التي تضبط الممارسة الإعلامية حقيقة باعتبارها تحظى بالاستقلالية المالية والأدبية.

فشل الإعلام المعاصر في تطوير خطاب إعلامي صحي وفعال قادر على الوصول إلى كافة فئات الجمهور والتأثير فيها، كما أن هناك قصورا في الإعلام التلفزيوني بشأن تقديم برامج صحية تجذب المتلقي، مثلما تفعل البرامج الرياضية وبرامج الطبخ وتؤسس لثقافة صحية مستدامة، من جانب آخر فشلت المؤسسات الإعلامية في استقطاب إعلاميين محترمين قادرين على التعاطي مع المحتوى الصحي أو استقطاب مختصين في المجال الصحي متمكنين على تقديم المحتوى الصحي بمهنية وفعالية عالية. (موسى 2020)

إن ما يدعو صحافة اليوم إلى ممارسة إعلامية ترقى إلى مصاف تقديم خدمة عمومية، هو حقيقة الظرف الذي يعيشه المجتمع من خطر أنه مهدد في تواجده في حالة صحية استثنائية تستدعي تضافر جهود الجميع من أجل تحقيق مبدأ النفع العام الذي يحقق استمرار الحياة، فجزء كبير مما هو موجود بسلبياته وإيجابياته وسائل الإعلام هي العنصر الفعال في تداعياته .

أساسيات التغطية الفعالة للأزمات:حدد الباحثون مجموعة من الضوابط التي تحكم علاقة الرأي العام بمسألة إدارة الأزمات منها:

- الدقة وإبداء الرأي العام بالحقائق التفصيلية.(محمدي 2020)
- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبقة السياسية والرسمية التي تساعد على تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.
- الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عملية الإنذار والإغاثة، وذلك بالنسبة للأزمات والكوارث الطبيعية.
- القدرة على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع أجهزة الرأي العام.
- سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة، وتعمل على تحقيق حدتها.

نظرة قانون الإعلام في الجزائر للممارسة الإعلامية:

شهدت الجزائر عدة قوانين للإعلام آخرها قانون 05.2012 الصادر في شهر مايو من سنة 2012، وجاءت أحكام هذا القانون على النحو التالي:

تحدد **المادة 02:** يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول بهما في ظل احترام.

- الدستور وقوانين الجمهورية.
- الدين الإسلامي وباقي الشرائع.
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.
- متطلبات الأمن والدفاع الوطني.
- كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.
- حق المواطن في الإعلام كامل موضوعي.

تشير **المادة 03:** يقصد بأنشطة الإعلام في مفهوم هذا القانون العضوي كل نشر أو بث وقائع أحداث أو رسائل وأراء أو أفكار معارف عبر وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجماهير أو فئة معينة.

بينما تتحدث **المادة 05** عن كيفية المساهمة في بناء أنشطة الإعلام في بعض المجالات، والتي تتعلق أساسا في علاقة الإعلام بالمواطن واحترام التنوع الثقافي والرقي إلى مبدأ العدالة والسلم.

تضبط نصوص المواد المذكورة السياق العام المحلي الإعلامي وفق آليات محددة، يكون فيها الحفاظ على عناصر الهوية الوطنية والمتطلبات التي تشجع المبادرات التي تفرض الأمن العام، والذي بموجبه تتم بها ممارسة النشاط الاتصالي وكذا حق المواطن في الحصول على المعلومة، وكذا تتحدث هذه المواد على الطابع التعددي للأفكار والآراء وفق حدود معينة من عدم التعرض لمشاعر الناس واستفزازهم، كما تؤكد نصوص هذه المواد على ضرورة الحفاظ على كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية، كما تحدد **المادة 03** بشكل واضح ماهية أنشطة الإعلام وعرفها بكل نشر أو بث لوقائع وغيرها عبر وسيلة إعلامية سواء في الإعلام التقليدي أو عبر وسائط الإعلام الجديد ولكن بشكل غير محدد.

الباب السادس: مهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة: مهنة الصحفي:

تحدد **المادة 84** من نص هذا القانون: يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر ما عدا في الحالات التالية:

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني، كما هو محدد في التشريع المعمول به.
- عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي.
- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.

- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية، والمصالح الاقتصادية للبلاد.

تقول **المادة 88:** في حالة نشر أو بث عمل صحفي من قبل أي وسيلة إعلام لأن كل استخدام آخر لهذا العمل يخضع للموافقة المسبقة لصاحبه.

تتحدث **المادة 89:** يجب أن يتضمن كل خبر تنشره أو تبثه أي وسيلة إعلام أو الاسم المستعار لصاحبه أو تتم الإشارة إلى المصدر الأصلي.

تتحدث نصوص هذه المواد عن الإطار العام الذي يسير في فلكه الصحفي أو المهني، ضمن آليات معينة ومحددة وهي من متطلبات الحفاظ على الاستقرار السياسي والاجتماعي والاقتصادي في البلد، وأبدى القائمون على إعداد هذا النص التذكير بالمهام الأساسية أثناء نشر الخبر وتداوله في الفضاء العام، وكذا ضرورة أن يعمل الصحفي على ترقية أدائه الإعلامي بكل احترافية تؤهله لإنجاح المحتوى الإعلامي، وأن العمل الصحفي يكون احترام سلم الترتيب أثناء إعداد وتحرير الخبر من الصحفي وصولا إلى الناشر.

الفصل الثاني: آداب وأخلاقيات المهنة

المادة 92: يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل للآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسة النشاط الصحفي، زيادة على الأحكام الواردة في **المادة 02** من القانون العضوي يجب على الصحفي:

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية.
- تصحيح كل خبر غير صحيح.
- الامتناع على تعريض حياة الأشخاص للخطر.
- الامتناع على المساس بالتاريخ الوطني.
- الامتناع على تمجيد الاستعمار.
- الامتناع على استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.
- الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام، وتستفز مشاعر المواطن.

المادة 97: يعرض كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات بأمر من المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات المهنة الصحافة.

المادة 115: يتحمل المدير مسؤول النشرية أو مدير جهاز الصحافة الإلكترونية، وكذا صاحب الكتابة أو الرسم مسؤولية كل كتابة أو رسم يتم نشره من طرف نشرية أو صحافة إلكترونية.

حددت نصوص هذا الباب مجموعة من القواعد الأخلاقية التي ينبغي على الصحفي العمل بها، وتجنب الوقوع في الأخطاء المهنية كأحد المتلازمات الأساسية التي هي ضرورية بل واجبه لتحقيق مبدأ الحق في الحصول على المعلومة ولكن من مصادرها الرسمية، وأن هناك هيئة رقابية هي التي تحدد جسامة الأخطاء المهنية التي وقع فيها الصحفي، ولمحت إلى ضرورة تجنب الوقوع في بعض الأخطاء الجسيمة التي تضر بالهدوء العام، وتستفز الروابط الاجتماعية والخلق العام، كما دعت نصوص مواد هذا الباب إلى عدم أخذ الحظوة المهنية من أجل تحقيق المصلحة الشخصية على حساب العمل الواجب المنوط به.

المخالفات:

تحدثت المواد من **117** إلى **126** على مجموعة من العقوبات التي قد يتعرض إليها منتهكو القانون الذي يضبط العملية الإعلامية والممارسة الصحفية، والتي تمس من ملاك النشريات ووسائل الإعلام إلى المهنيين والصحفيين الذين تؤدي أخطاؤهم المهنية إلى أضرار في المجتمع وعلى النظام العام.(قانون 2012).

خلاصة:

إن من أهم أساسيات الممارسة الإعلامية عموما هو الأخذ بالمبادرات التي تسهم في حل المشاكل والمعضلات التي يقع فيها المجتمع، ولعل من الدلالات التي توحي أن الإعلام يلعب الدور الرئيس هي: تحقيق ثنائية الاستقرار والمساهمة في إيجاد الحلول ومن المعروف أن الأزمات الصحية من أكثر الأزمات التي تهدد الوجود البشري، فصحة المجتمع تعني سلامة الفكر والجسد البشري وبالتالي تحقيق المنفعة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والضوابط القانونية هي التي تنظم الممارسة الإعلامية، ويتجلى ذلك في أن تجعل هذه الوسائل إيجابية في

المجتمع وعنصرا فعالا، والأمر الثاني أن تكون هناك ضوابط وتشريعات قانونية تعمل على الوقوف على التجاوزات وتقنين الممارسة الإعلامية خاصة في الظروف الاستثنائية.

توصيات الدراسة:

- العمل على جعل التكوين الإعلامي في التعامل مع الأزمات والظروف الاستثنائية أمرا إلزاميا.
- الدعوة إلى تبني الخطاب أو المحتوى الإعلامي الهادف بتفعيل الضوابط القانونية.
- الإسراع في تفعيل مجلس أخلاقيات وآداب مهنة الصحافة الذي يعتبر آلية رقابية تتمتع بالاستقلال المالي والأدبي.
- إنشاء وتفعيل مكاتب الاتصال المؤسساتي على مستوى المراكز الحكومية من أجل تحقيق وثبات مصدر الخبر أو المعلومة.
- إنشاء خلايا أزمات على مستوى المؤسسات الإعلامية كمبدأ أساسي للمساهمة في التعامل مع الظروف الطارئة.

المراجع:

1. قانون عضوي رقم 12-05 ، المؤرخ في 18 صفر 1439 ، المتعلق بقانون الإعلام في الجزائر، 12 01 ، 2012. https://www.joradp.dz/TRV/AInfo.pdf
2. الحوامدة، محمد الحافظ، الخطأ الإعلامي – الموجب للمسؤولية، عمان دار جليس الزمان ، 2014.
3. بن روان، بلقاسم، وسائل الإعلام والمجتمع – دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، الجزائر، دار الخلدونية، 2007.
4. جيد ,رمز، مخائيل، تطور الخبر في الصحافة المصرية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة، 1985.
5. عزي، عبدالرحمن، علم الإجتماع الإعلامي، بيروت، الدار المتوسطية للنشر، 2010.
6. فيروس .كورونا المستجد. 2020, 05 03 . https://www.unrwa.org/sites/default/files/health_awareness_on_coronavirus_civid-19_-_public_-_arabic.pdf

7. محمد، محمد سيد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986.
8. محمدي، كريمة. "الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد19 في ضل إنتشار الأخبار الزائفة بمواقع الميديا الإجتماعية." مجلة التمكين الإجتماعي ، 2020.
9. موسى ، محمدالأمين، محددات تغطية المحتوى الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للداراسات، 09 04, 2020. https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642
10. هردو،أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي ،مركز هردو .2016 . http://hrdoegypt.org/wp-

تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في مواجهة جائحة كورونا قراءة في بعض النماذج العالمية الرائدة في الحد من انتشار كوفيد 19

1- د. حسينة قانة 2- د. حسينة اقراد
1- كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3
gana.hassina@univ-alger3.dz
2- كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3
agred.hassina@univ-alger3.dz

ملخص الدراسة:

على الرغم من أن معظم الدول حاولت اتخاذ عددٍ من الإجراءات الاستثنائية والصارمة وغير المسبوقة في محاولة منها لاحتواء انتشار فيروس كورونا، مثل إغلاق الحدود، وفرض حظر التجوال، ووقف الدراسة، وتخفيض عدد العمال والموظفين، ومنع التجمعات؛ إلا أنه يُخشى أن تكون هذه التدابير وحدها غير كافية لمواجهة انتشار الفيروس، وهو ما استدعى تطوير آليات وأدوات جديدة لمواجهة الفيروس، لذا فقد حاولت بعض الدول استخدام طرق غير تقليدية للحد من انتشار المرض، إلى جانب الطرق التقليدية، مثل: الاعتماد على نظم الذكاء الاصطناعي، والروبوتات، والدرونز، والسيارات ذاتية القيادة، وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، وتقنيات الجيل الخامس للاتصالات، وغيرها من التقنيات الحديثة التي ستفصل فيها هذه الدراسة من خلال عرض بعض النماذج العالمية الناجحة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال- كورونا- الذكاء الصناعي- البيانات الضخمة.

مقدمة:

انتشر فيروس« كورونا» الجديد المعروف باسم كوفيد 19، في كل دول العالم تقريبا، بعد ظهوره للمرة الأولى بمدينة ووهان الصينية، وخلال فترة قصيرة للغاية تحوَّل إلى وباء عالمي وفق تصنيف منظمة الصحة العالمية، حيث اتخذت غالبية الدول العديد من الإجراءات الصارمة في مواجهته، والتي وصلت إلى العزل الكامل للمواطنين كما حدث في إيطاليا وغيرها.

وعندما بدأت الصين معركتها ضد الفيروس، اعتمدت في المقام الأول على قطاع التكنولوجيا القوي لديها، خاصة في مجالات الذكاء الاصطناعي وعلوم البيانات، وذلك لتتبع الفيروس ومكافحته، في الوقت الذي قامت فيه شركات التكنولوجيا العملاقة هناك بما في ذلك «علي بابا» و«بايدو» و«هاواوي» وغيرها بإطلاق وتسريع مبادرات الرعاية الصحية.

ونتيجة لتسارع الأحداث، دخلت شركات التكنولوجيا على الخط في التعاون مع الأطباء والأكاديميين والهيئات الحكومية في جميع أنحاء العالم، لاستغلال أقصى قدرات التكنولوجيا لمكافحة الوباء المستشري، وقد التقى مسؤولون من شركات أمازون وغوغل ومايكروسوفت وأبل وفايسبوك، مسؤولي الدولة في الولايات المتحدة وبريطانيا، لمناقشة كيفية مساهمة هذه الشركات في أزمة وباء كورونا، ومن بين الموضوعات التي تمت مناقشتها أساليب النماذج وتتبع البيانات، وتقنيات الذكاء الصناعي، خاصة بعدما ذكر تقرير لمنظمة الصحة العالمية الدور الهائل الذي لعبته البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي في إجراءات الصين للمكافحة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- إشكالية الدراسة:

تعدّ جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) أول جائحة في التاريخ تُستخدم فيها التكنولوجيا الحديثة للاتصال على مثل هذا النطاق الواسع لإحاطة الناس وإعلامهم والحفاظ على سلامتهم وإنتاجيتهم والتواصل فيما بينهم.

وفي الوقت الذي يشهد فيه العالم أزمة غير مسبوقة مع انتشار فيروس كورونا (COVID-19) على نحو متزايد، تلعب تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات (ICT) دوراً حيوياً في الحفاظ على التواصل بين الأشخاص في ظل سياسات التباعد الاجتماعي التي تشهدها العديد من الدول في جميع أنحاء العالم، وباتت المعلومات والتعاون وخدمات الاتصال، بما في ذلك شبكات الهاتف المحمول، أكثر أهمية من أي وقت مضى، حيث تُعتبر العنصر الوحيد الذي يمكّن الأسر والعاملين في مجال الصحة ومسؤولي السلامة العامة والمؤسسات التعليمية والشركات الهامة من البقاء متصلين مع العالم، بينما تؤثّر الأزمة العالمية على جميع القطاعات والمجتمعات.

تُعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا الوقت بمثابة منظومة متكاملة تعمل على تمكين وتسريع نمو أعمال أصحاب المصلحة الذين يستثمرون هذه التكنولوجيا على نحو هادف. وتعتبر قدرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على ربط الناس، ومشاركة المعلومات والمعارف على نحو مباشر خلال الأزمات، بمثابة عامل التغيير الأساسي في تحويل العديد من الجوانب الاجتماعية والاقتصادية لحياتنا، مثل التعليم والرعاية الصحية والأعمال التجارية والتطوير المهني.

ولم يعد قطاع الاتصالات في زمن فيروس كورونا (كوفيد 19) يقتصر على التواصل التقليدي والبحث عن المعلومات، بل بات يشكل العمود الفقري لاستخدام البيانات والمحتويات والتطبيقات الرقمية من قبل الأفراد والحكومات والشركات لضمان استمرارية النشاط الاقتصادي والاجتماعي في ظل التباعد الاجتماعي والإغلاق الكامل في معظم دول العالم. وفي الوقت ذاته، لعبت شركات الهواتف المحمولة دورا محوريا في التبليغ عن مكان وجود المستخدمين، كما فعّلت تطبيقات تساعد في تحديد موقع أقرب الأشخاص المصابين بفيروس كورونا.

استنادا إلى العرض السابق نطرح الإشكالية البحثية التالية: **هل تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة دورا حيويا في مقاومة تداعيات فيروس كورونا الجديد؟**

2- التساؤلات الفرعية:

- ما هي أهم التطورات التي فرضتها الجائحة في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة؟

- هل من نماذج ناجحة بمساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المستوى العالمي؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات ارتأينا تقسيم المداخلة إلى محورين هما:

المحور الأول: أهم تكنولوجيات المعلومات والاتصال الحديثة المستخدمة في مواجهة فيروس كوفيد 19

المحور الثاني: نماذج عالمية رائدة لاستخدام التكنولوجيا الجديدة في مواجهة جائحة كورونا.

مدخل مفاهيمي:

كما هو معروف فقد شهد العالم في الآونةِ الأخيرة ثورةً كبيرة في مجال التكنولوجيا، وقد نتجت عنها ثورة عالية في تدفق المعلومات؛ حيث إنّ انتشار المعلومة أصبح يتمّ بسرعة عالية وكبيرة وبأقلّ جهد وتكلفة، وتصل للمتلقّي بسهولة ويسر، كما أنّ التطورات التكنولوجيّة الحديثة أسهمت إلى حدٍّ كبير في إزالة الفوارق بين الحدود وأدوات الاتصال التي بقيت مجزّأةً حتى نهاية سبعينيّات القرن الماضي.

- **مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها" مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية(من خلال الحاسبات الإلكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.(معالي فهمي حيضر، 2002، ص، 253)

تعريف الاتحاد الأوربي: قائمة النشاطات الشاملة لثلاثة قطاعات المعلوماتية بما فيها من صناعة حواسيب وبرمجيات الاتصالات عن بعد الشاملة لشبكات الانترنت أساسا والإلكترونيك(فوضيل دليو، 2010، ص 30).

من الجدير بالذكر أن نشير إلى الدور الفعال لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي تندرج ضمنه مجموعة من الأنشطة على رأسها" نشاط الإنتاج (إنتاج الحاسوب، البرمجيات، التلفاز، الراديو، الهاتف..الخ) ونشاط التوزيع (تجارة الجملة لعتاد الإعلام الآلي...الخ) والخدمات(الاتصالات، خدمات الإعلام الآلي، خدمات السمعي البصري)، والذي يعد فاعلا اقتصاديا جوهريا في علاج الإشكاليات التي يواجهها التعليم والتكوين في كل مكان من العالم والدليل على ذلك أن" كل الأرقام الأخيرة تشير إلى الانتشار الكبير للمؤسسات الصغيرة التي تتخذ لها الانترنت أرضية للنشاط الاقتصادي والتي تكاثر عددها خاصة في الأشهر القليلة التي عرفت الانتشار السريع والمذهل لوباء "كوفيد 19".

- **كورونا:** فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عددًا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراضا تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية(ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة(سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19. (موقع منظمة الصحة العالمية).

ما هو مرض كوفيد-19؟: مرض كوفيد-19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.(موقع منظمة الصحة العالمية)

المحور الأول: أهم تكنولوجيات المعلومات والاتصال الحديثة المستخدمة في مواجهة فيروس كوفيد 19

بينما يبقى العالم مشغولا في البحث عن علاج لفيروس كورونا المستجد، تقدم التكنولوجيا، خاصة تكنولوجيا الاتصالات والذكاء الاصطناعي، حلولاً

تطبيقية للمساعدة في الحد من انتشار الوباء، ويظهر الدور الحاسم للعلم والتكنولوجيا والابتكار في عدة مجالات رئيسية من أهمها ما يلي:

1- فيما يخص تفشي الوباء:

من أهم الأسلحة في الحرب ضد المرض الاستخدامات المبتكرة للتكنولوجيات الذكية التي أنجزتها الثورة الصناعية الرابعة، التي شاهدناها في عديد من الدول. وظهر ذلك في عدد من المجالات الأساسية وهي: (علي الدين هلال، موقع العين الإخبارية، 2020/04/18).

أ- في مجال الرصد والاكتشاف المبكر:

برزت أهمية قواعد البيانات الكبيرة أو الضخمة Big Data التي استثمر فيها عدد كبير من الدول مع اتباع سياسات رقمنة المجتمع أو التحول الرقمي. وفي الأزمة الراهنة، تم استخدام قواعد البيانات الصحية كالتاريخ المرضي للفرد وتكرار التردد على المستشفيات، والأمراض التي أصابته وأنواع الأدوية التي يحصل عليها من الصيدليات، وقواعد بيانات التنقل والسفر من خلال شركات الطيران ومكاتب الجوازات والمطارات. وذلك لتحديد الأشخاص الذين يمكن أن يكونوا أكثر تعرضاً للمرض والمشتبه في إصابتهم به.

وأسهمت الهواتف الذكية في هذا المجال، فتم تطوير برنامج يحدد درجة حرارة الإنسان، وذلك عند قيامه بنقر أصابعه على شاشة الهاتف، ويتم إبلاغ السلطات المعنية بذلك، التي بدورها تتأكد من أن الشخص قام بعزل نفسه طوعياً. واتصالاً بذلك، تم تثبيت كاميرات حرارية لكشف درجات حرارة الركاب عند مداخل عربات المترو والقطارات وسيارات النقل الجماعي لتحديد الأشخاص الذين يعانون من ارتفاع في درجة الحرارة، فتقوم السلطات المعنية بالتعامل معه.. وبالمنطق نفسه، أطلقت وزارات الصحة في عدد من الدول منصات إلكترونية تقوم بإجراء اختبارات إلكترونية تتطلب عدداً من الأسئلة عن الشخص والأعراض التي يشعر بها. وعندما ينتهي من الإجابة عن هذه الأسئلة، يتم تشخيص حالته وتوجيه النصيحة اللازمة.

وفي مجال التعرف على ديناميكية انتشار المرض، تم استخدام البيانات الكبيرة لعمل" خرائط صحية" تبين حجم وكثافة انتشار المرض، واستخدمت

ألوان مختلفة للتمييز بين الأماكن الأكثر خطورة ومتوسطة الخطورة والأقل خطورة. فكانت هناك خريطة صحية على مستوى العالم، وهي التي استخدمتها منظمة الصحة العالمية، للتعرف على حركة انتشار المرض من دولة إلى أُخرى والمقارنة بينها، وخرائط على مستوى كل دولة تبين حجم الانتشار في الولايات والمحافظات، ثُم خرائط أكثر تفصيلاً على مستوى المحافظة أو الولاية ومدى انتشار المرض في المدن للأحياء والقرى في كل ولاية أو محافظة. وكان من شأن هذه الخرائط أن أصبح لدى الحكومات والقائمين على أمور السياسة الصحية نظرة أكثر وضوحاً ودقة لأماكن وجود الوباء وحجم الخطورة التي يمثلها. وساعدتهم على اتخاذ القرارات السليمة الخاصة بتوزيع المستلزمات والمعدات الطبية واتخاذ إجراءات أكثر صرامة بشأن بعض المناطق مثل العزل الكامل لإحدى المدن أو الأحياء ومنع الدخول إليها أو الخروج منها.

ب- في مجال التعقب:

تم استخدام تكنولوجيا التعرف على الوجوه لتحديد مسار أي شخص وتوضيح الأماكن التي تردد عليها والأشخاص الذين قابلهم وخالطهم عن قرب، مما يسمح للسلطات باتخاذ الاحتياطات اللازمة تجاههم، وتم أيضاً توظيف قواعد البيانات الخاصة بالمشتبه في إصابتهم لتحذير الآخرين من مخالطتهم، وذلك من خلال تطبيق على الهاتف الذكي ينبه صاحبه إذا ما اقترب من شخص مشتبه في إصابته أو حامل للمرض .

وكان للهواتف الذكية دورها أيضاً في التأكد من اتباع قواعد العزل الاجتماعي ومنع التجمع، فقامت بعض شركات المحمول بابتكار خاصية اكتشاف تجمع أكثر من خمسة أو عشرة أفراد في مكان واحد وإبلاغ السُّلطات عنهم سواء كان ذلك في حديقة عامة أو شاطئ بحر أو في داخل منزل. وبعد لحظات تظهر إحدى الطائرات المسيرة بالقرب من المكان تدعوهم إلى الانصراف. واستخدمت هذه الطائرات في تذكير المواطنين بالقواعد الخاصة بغلق المحلات ومنع التجوال.

ج- فيما يخص أساليب العلاج والتعامل مع المرضى:

علوم البيانات قادرة على عمل الكثير من الجهود لمكافحة فيروس "كورونا"، كإنشاء لوحات المعلومات التفاعلية، وتحليلات النماذج الوبائية، واقتراح أفضل المركبات للمساعدة في الوصول إلى علاجات الفيروس.

وتشارك التكنولوجيات الذكية في مهمة البحث عن لقاح لإكساب المناعة والوقاية من المرض، والبحث عن الدواء للشفاء منه، وذلك من خلال برامج التحليل الجيني بهدف التعرف على مكونات هذا الفيروس وعناصره، التي مكنت نتائجه حتى الآن من معرفة كيفية انتشاره وآثاره على الإنسان المصاب به. وهناك بحوث تعمل على جمع وتحليل البيانات الجينومية لتطور فيروسات كورونا السابقة، بما يساعد على توقُّع الطفرة القادمة للفيروس، مثل المعلومات اللحظية التي توفرها منصة Nextstrain التابعة لمركز فريد هوتش. ويهدف هذا المشروع مفتوح المصدر إلى إتاحة هذه البيانات وأدوات التحليل القوية للجمهور العام، لاستخدامها بغرض رفع مستويات فهم الوباء وتحسين الاستجابة لتفشي المرض.(خالد البرماوي، موقع scientific American، 2020/04/29).

وأطلق عدد من وزارات الصحة وهيئات المُجتمع المدني منصات إلكترونية بهدف الدعم النفسي للأشخاص المعزولين سواء في منازلهم أو المستشفيات ويعانون من مظاهر الهشاشة النفسية كالشعور بالإحباط والاكتئاب، وتوجه لهم الإرشادات والنصائح المناسبة بعد التعرف على حالة كُلّ منهم.

2- في المجال الاجتماعي والمهني:

إذا كانت هذه الأزمة أثبتت أن الإنترنت والتكنولوجيا هما سبيل الإنسان الوحيد لتسيير حياته بصورة" شبه طبيعية "في ظل كارثة إنسانية كبرى مثل وباء كورونا، فإن أهم ما يميز هذه التجربة أنها جعلت الأفراد يستخدمون الإنترنت كما خُلق له أن يكون، أي العمل والتعليم عن بعد ومشاركة المعلومات والمصادر وتوجيه الرأي العام، فتشكلت الحياة الافتراضية الطبيعية القائمة على الإنترنت، وأصبح هناك حديث عن عالم سيبراني حقيقي(Cyber World Physical)يمكن من خلاله العمل والتعلم مثلما يتم استخدامه في التسوق والترفيه.

ومنذ 11 من مارس عندما أعلنت منظمة الصحة العالمية أنه يمكن تصنيف تفشي فيروس كورونا الجديد بأنه" جائحة"، وذلك مع انتشار الفيروس

بشكل متزايد في جميع أنحاء العالم، سارع علماء ومهندسون في مجال التكنولوجيا المتقدمة، فضلا عن أطباء وخبراء في مجال الصحة، إلى تسريع استخدام الأجهزة الحديثة في مكافحة الفيروس وتسهيل الحياة اليومية للجماهير، وخلال هذه الفترة العصيبة، تلعب التكنولوجيا الرقمية مثل خدمة توصيل الطلبات إلى المنازل، وتطبيقات تتبع المخالطين عبر الهواتف الذكية، دورا مهما في تسيير حياة الناس اليومية والمساهمة في احتواء الفيروس، بالإضافة إلى تسريع عملية إعادة الإنتاج. كما تقوم وحدات تكنولوجيا المعلومات عبر العالم بتوسيع شبكاتها وأنظمة الحوسبة السحابية لتوفير خدمات اتصال فائق للعاملين في المنازل، وتمكينهم من تلقي رسائل البريد الإلكتروني وإرسالها، والوصول إلى بيانات الشركة، والمشاركة في مؤتمرات الصوت والفيديو والتعاون بشكل فعال. (البوابة العربية للأخبار التقنية)

وبفضل التطورات التكنولوجية، باتت إجراءات العزل، ولا سيما في المدن الكبيرة والأسر الميسورة أمرا سهلا ومريحا مع إمكانية العمل من المنزل والحصول على التشخيص الطبي عن بعد وممارسة الرياضة عبر التطبيقات أو الأجهزة الموصولة ووسائل الترفيه بالبث التدفقي. وقد أوصت عدة **شركات عملاقة** ومجموعات كبيرة من أمثال"أمازون" و"مايكروسوفت" و"غوغل"، موظفيها بالعمل من المنزل ولا سيما في منطقة سياتل مركز انتشار فيروس كوفيد-19 في الولايات المتحدة. وفي هذا الإطار، تظهر أهمية وسائل التواصل المخصصة لموظفي الشركات مثل "سلاك" و"وورك بلايس" (فيسبوك).

وفي الإجراء التعليميّ، وحسب اليونسكو، فإنّ نصف مليار من التلاميذ والطلبة تحوّلوا للتعليم الرقمي والتلفزيوني من منازلهم؛ وكان هناك إغلاقٌ جزئيّ أو كامل للمَدارس وأمام هذا الوضْع، وَجدت مُعظم الدول نفسها مُجبَرة على التعامُل مع البديل التكنولوجي في التعليم من أجل إنقاذ السنة الدراسيّة، باعتماد أشكال التعليم عن بُعد بصيغته التقنيّة التعليميّة المُتعارَف عليها في المنظومة التربويّة العالَميّة كما وأعلنت الجامعات أن دروسها ستتم عبر الانترنت من الآن فصاعدا. (زهور كرام، موقع الفكر العربي).

ويرى البعض أن التكنولوجيات التي تسمح بمواصلة الروابط الاجتماعية ستخرج معززة من هذه الأزمة لأن الإنسان يبقى كائنا اجتماعيا بامتياز وغير مستعد للعيش منقطعا عن الآخرين.

3- في المجال الاقتصادي:

لم يؤد انتشار فيروس كورونا الجديد المسبب لكوفيد-19 إلى أزمة الصحة العامة في العالم فحسب، بل تسبب أيضا بتعديل وتغيير الهيكل الاقتصادي العالمي في عصر "ما بعد الجائحة". وفي هذا الوضع، بات التمسك بتطوير "إنترنت الأشياء" وتسريع بناء البنية التحتية للاقتصاد الرقمي بالإضافة إلى تعزيز التنمية عالية الجودة وفعالية التكنولوجيا والاقتصاد الرقميين اتجاها لا رجعة عنه.

ويشير الاقتصاد الرقمي إلى سلسلة الأنشطة الاقتصادية التي تستخدم المعرفة والمعلومات والتكنولوجيا الرقمية كعوامل إنتاج رئيسية، وتعتبر شبكات المعلومات الحديثة كناقل مهم، ويعتمد على فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كقوة دافعة لتحسين الكفاءة وتحسين الهيكل الاقتصادي.

وقد أكدت الحملة العالمية الجارية ضد جائحة فيروس كورونا الجديد على المنافع الكبيرة والآفاق الواسعة للاتصالات المعلوماتية والتكنولوجيا الرقمية؛ إذ إن تطبيق الجيل الجديد من ذلك لا يساعد بشكل فعال على احتواء انتشار الفيروس واستئناف الإنتاج فحسب، بل يوسع أيضا المساحة والنموذج الجديدين لاستهلاك المعلومات، وبالتالي تعزيز الثقة في تنمية الاقتصاد الرقمي.

ووسط الأزمة الصحية العامة الناجمة عن فيروس كورونا الجديد، ثبت أن البيانات الرقمية قادرة على حل المشاكل التي يواجهها الاقتصاد الحقيقي خلال هذه الفترة الاستثنائية الراهنة، وبالتالي تعزيز الابتكار التكنولوجي ودفع تقدم المجتمع البشري، وتحفيز تنمية الاقتصاد الحقيقي الفائق الجودة.

وقد تعزز العالم الافتراضي بشكل غير مسبوق، فقد أعلنت شركة" إتش تي سي" التايوانية أن المشاركين في مؤتمرها حول ماركتها للواقع الافتراضي "فايف" سيتمكنون من المشاركة فيه بفضل خوذات من خلال الانغماس الافتراضي. إلا أن تقنية الواقع الافتراضي المكلفة لن تغزو كل المنازل، لكن "الموظفين والمستهلكين سيكونون على تماس أكبر مع هذه التكنولوجيات الناشئة".

ولم تتعرض الصناعات كافة لخسائر مالية كبرى جراء انتشار فيروس كورونا، بل هناك عدد من الصناعات التي شهدت طفرة كبيرة مثل قطاع التجزئة والمطهرات والمنتجات الصحية، ومن هذه القطاعات أيضاً البرمجيات، حيث ازدهرت الأدوات التي تسهل عملية التواصل والتعليم والعمل عن بعد، مثل: خدمات الفيديو كونفرنس، وخدمات الحوسبة السحابية، وأدوات التعاون عبر الإنترنت، والتسوق الإلكتروني، وخدمات بث المحتوى الترفيهي، وغيرها من الأدوات التكنولوجية التي يمكن القول إنها أحد الرابحين من فيروس كورونا، (إيهاب خليفة، ص10).

وبينما يرى خبراء الاقتصاد في العالم أن جائحة فيروس كورونا الجديد من المرجح أن تتسبب في ركود اقتصادي في معظم البلدان وتعرض النموذج التجاري التقليدي لتأثيرات مدمرة وخسائر كبيرة في هذه الفترة الخاصة. إلا أنها على الجانب الآخر تحفز تحويل نماذج الأعمال وتطوير الاقتصاد الرقمي، مما يضع التكنولوجيا والاقتصاد الرقميين أمام فرصة جديدة للتنمية في عصر ما بعد انتشار الجائحة.

4- في المجال الإعلامي:

لقد ظهرت آثار كثيرة للجائحة في المجال الإعلامي حول العالم، والذي شهدَ تراجعًا للإعلانات، انكماشًا واضحًا في الصحافة المطبوعة، انخفاض القدرة على إجراء التحقيقات الاستقصائية، كذلك تأثرت الأخبار المحلية بشكل كبير. إلا أن أحد أبرز نتائج التكنولوجيا الحديثة وحسناتها أنّها سمحت بدمقْرَطَة المعلومة، فتنفَّست البشريّة نبض الحريّة في التعبير والتواصُل والتقاسُم والتفاعُل.

سارت البشريّة بإيقاعِ سيولة المعلومة، فغيَّر ذلك الحياة ونِظامها، وبدَّل التعاقُدات الاجتماعيّة، وطرحَ بدائل فرضت الانخراط السريع فيها، إلا أن ذلك أسهم أيضا في انتشار الأخبار الملفقة وعليه لم تتأخر شركات التكنولوجيا الكبرى في تقديم حلولها في مواجهة الوباء، حيث عملت جوجل وآبل على محاربة المعلومات المغلوطة بغلق مخازنها أمام تطبيقات كوفيد-19، ما لم تَصدر عن منظمة صحية أو جهة حكومية، فيما قالت فيسبوك إنها تعمل على ضمان وصول أي مستخدم لمعلومات صحيحة تخص كوفيد-19، وقد لاحظ الجميع عند فتح

صفحاتهم ظهور تبويب يعرض آخر مستجدات الوباء الرسمية، كما أكدت أنهم يعملون على حذف الادعاءات الكاذبة ونظريات المؤامرة المرتبطة بالفيروس. وذكرت تويتر أنها تعمل على رفع ونشر المعلومات الصحية الموثوقة قدر الإمكان. وقالت أمازون إنها تتابع المنتجات المعروضة، وسبق أن قامت بحذف مليون منتج قدم أصحابها ادعاءات كاذبة مفادها فاعلية هذه المنتجات في التصدي للفيروس. فيما أطلق مؤسسا إنستغرام موقعاً لتتبع انتشار كوفيد-19، بحساب معامل تكاثر الفيروس (The effective reproduction rate) للسماح بتتبعه وسرعة انتشاره. (عصام بلغياط، من موقع عربي بوست،10/05/2020)

وفي مجال الصحافة فقد أسهمت كل هذه العوامل المذكورة سابقا في تطور صحافة البيانات، ونحن نعيش اليوم على وقع ذلك، حيث إن عدد مستعملي الانترنت قد بلغ اليوم وفق موقع We are Social أكثر من 4 بليون مستعمل. كما انتشرت الوسائط الإلكترونية الحديثة(الحاسوب المحمول، اللوحة، الهاتف الذكي، الخ) وارتفع أيضا عدد مستعملي الميديا الاجتماعية (فايسبوك، تويتر، انستغرام... الخ).

وقد لجأت مؤسسات الصحف الورقية لطرائق بديلة على غرار النشر الصحفي في ملفات" بي دي إف "أو نشر المادة كاملة على مواقع الانترنت نظرًا لغياب استراتيجية المضمون بمقابل(Pay wall) مما حرم المؤسسات الصحفية من أسلحة مواجهة أزمة التوزيع وتراجع الإيرادات الإعلانية على عكس المؤسسات الصحفية الأوروبية والأميركية التي استغلت هذه الأزمة لتطوير استراتيجيات متعددة لتطوير الاشتراكات واستقطاب جمهور جديد لمضامينها الرقمية المدفوعة.(نهى بلعيد،2020/6/3).

هذا ما دفع وسائل الإعلام اليوم إلى البحث عن وسيلة لتقديم المعلومات بصفة واضحة حتى يتمّكن الجمهور من فهمها لتنشأ مجموعة من المبادرات بالعالم، سعى مؤسسوها من خلالها بعرض البيانات المتعلّقة بالأزمة بشكل واضح. وطبعا كانت مبادرات بحثية، جامعية من قبل مهندسين وباحثين في البرمجيات قبل أن يتبنى الإعلاميون الفكرة. أشهر هذه المبادرات هي مبادرة Johns Hopkins University التي وضعت على ذمّة الجمهور منصة إلكترونية، تقدم عدد الضحايا

بالعالم بما في ذلك عدد الإصابات وعدد الوفيات وعدد حالات الشفاء. وكانت هذه المنصة هي المصدر الأولي للمعلومات لمستعملي الانترنت بالعالم قبل أن تقوم منظمة الصحة العالمية بوضع منصة بدورها لعرض المعلومات في شكل رسوم بيانية. وتبنّت فيما بعد كل دولة الفكرة، وإن كانت المبادرات في أولها فرديّة، من قبل مهندسي البرمجيات والبيانات الضخمة، فإنّ المؤسسات الرسميّة سعت فيما بعد إلى وضع منصات خاصّة بها لتقديم المعلومات، على غرار تونس والإمارات العربيّة المتّحدة والدول الأوروبية. (نهى بلعيد)

ويُعد العمل عن بُعد من أهم المبتكرات التي أفرزتها جائحة كورونا، وثمة اتجاه لدى المهنيين يقر بأن أزمة كورونا ستؤدي إلى تأثيرات حاسمة بشأن تنظيم العمل الصحفي في غرف الأخبار وتطوير ما يُسمى غرف الأخبار الموزعة (Distributed Newsroom) على غرار الحوسبة الموزعة. وتمثل غرف الأخبار الموزعة مبتكرًا حاسمًا بما أنها تجاوُز لغرف الأخبار المادية التي يجتمع فيها الصحفيون؛ حيث تقوم على تدفق العمل(Work Flow) وأساليب العمل الموزعة وثقافة تنظيمية جديدة شبكية(Online Organizational Culture)إضافة إلى التدريب الموزع.

ويُعدد توم تيروينار(Tom Trewinnard)، مؤسس مَخبر متخصص في الصحافة والميديا ومطوِّر بارز في تكنولوجيا غرف الأخبار الموزعة، مزايا هذه الغرف كالاقتصاد في تكاليف إدارة غرف الأخبار(إدارة المباني وكل ما هو مرتبط بها خاصة بالنسبة إلى غرف الأخبار في الميديا الفتية)، ما يعني فتح غرفة الأخبار على منتجات صحفية جديدة بل وتجديد الصحافة. ويمكن لـ"غرف الأخبار الموزعة "أن تسهم أيضًا في تطوير أشكال جديدة من التفاعل مع الجمهور وجمع الأخبار من الميديا الاجتماعية ووضع آليات جديدة لجمع المعلومات والتحري فيها والبحث عن المصادر، واعتمدت بعض القنوات التليفزيونية مقاربات جديدة في إعداد البرامج وبثها من المنزل كما تعاظم استخدام طريقة الاستضافة عن بُعد عبر السكايب في الإذاعات والقنوات التليفزيونية. (الصادق الحمامي، 2020، ص 10)

المحور الثاني: نماذج عالمية رائدة لاستخدام التكنولوجيا الجديدة في مواجهة جائحة كورونا

مع تصاعد الإصابات مجددًا بفيروس كورونا في العديد من دول العالم بشكل عام، يظل من المهم مراجعة الخبرات الناجحة السابقة لتسطيح المنحنى ومنها التجربتان الصينية والكورية الجنوبية، نحاول فيما يلي القراءة في بعض ما ساعد على نجاح التجربتين خاصة المساهمة الفعالة للتكنولوجيات في ذلك:

1- النموذج الصيني:

- التقنيات الحديثة التي تستخدمها الصين لمواجهة فيروس كورونا الجديد:

بدأت الصين في استخدام التقنيات الحديثة الخاصة بتكنولوجيا الاتصالات لمواجهة فيروس كورونا الجديد بعد ظهوره في مدينة ووهان وانتقاله منها إلى باقي المدن الصينية وانتشاره بعد ذلك في دول عديدة، ومن هذه الوسائل:

1- **منصة لمسارات المصابين ونظم المراقبة الشاملة والتعرف على الوجوه:**

طورت شركتا أوهيو 360 وهو شوجار تيك الصينيتان منصة تتضمن بيانات المصابين ومسارات حركتهم باستخدام الذكاء الاصطناعي وتقنية البيانات الضخمة. ويستخدم الناس هذه المنصة لمعرفة إن كانوا قد سافروا بصحبة أحد المصابين على متن الطائرات أو القطارات أو وسائل النقل العامة الأخرى من خلال إدخال بيانات رحلاتهم حتى تقارنها المنصة مع بيانات رحلات المصابين. واستخدمها أكثر من 21 مليون شخص خلال يومين من إطلاقها. واستطاعت السلطات الصينية عبر نظم المراقبة الذكية الشاملة الموجودة في المناطق العامة ونظم التعرف على الوجوه Face Recognition أن تحدد خط سير كل واحد من المصابين، سواء كان استقل حافلة عامة أو قطاراً أو توجه إلى مطاعم أو مناطق تسوق معينة، وبالتالي تعقيم المناطق التي مرت الحالة المصابة بها، فضلاً عن إرسال تحذير علني إلى جميع الأفراد الذين مروا بهذه المناطق للتوجه للكشف الفوري.(إيهاب خليفة، 2020، ص7)

2- تطبيقات الهواتف الذكية:

عندما خرج الفيروس عن السيطرة أوقفت السلطات الصينية المواصلات العامة في كثيرٍ من المدن ولم يستطع الناس الوصول إلى المراكز الصحية بسهولة. ولذا طورت السلطات تطبيقًا يسمى ووهان مايكرو نيبرهود وطلبت من سكان مدينة ووهان، تثبيته على هواتفهم. وعندما يسجل الشخص اسمه في التطبيق يبدأ في تحديد موقعه بدقة باستخدام نظام تحديد المواقع بالأقمار الاصطناعية، ويقدم بياناته إلى المؤسسات الصحية والحكومية في المدينة. وعندما تظهر عليه أي أعراض، مثل الحمى، يبلغ هذه المؤسسات من خلال التطبيق فيقيم الأطباء حالته وإن كان بحاجة إلى الانتقال إلى المستشفى يرسلون إليه سيارة إسعاف ومتطوعين يصطحبونه إليها. وبعد ذلك يأتي متطوعون آخرون إلى المنزل لتطهيره وتعقيمه. ويحذر التطبيق أيضًا السكان من الاقتراب من أماكن عزل المصابين.

وفي بعض المدن الأخرى، جمع أيضًا تطبيقا كوانتا إيربان للخرائط وويشات معلومات حكومية رسمية عن الأحياء التي تتضمن إصابات بالفيروس ووضعاها على خرائطهما حتى يستطيع السكان الابتعاد عن مواقع الإصابة. (صحيفة شينخوا)

ومنذ أواخر فبراير، أطلقت الصين "رمز الصحة" على الهاتف الذكي بناء على البيانات الصحية وتحركات سفر المواطنين. ويقوم التطبيق بتصنيف الأشخاص حسب ثلاثة ألوان، الأخضر والأصفر والأحمر. ويشير الرمز الأخضر إلى سلامة هذا الشخص وبإمكانه أن يحيا حياة طبيعية، بينما يشير الرمز الأصفر إلى أن حامله بحاجة إلى الحجر المنزلي لمدة 7 أيام، أما الرمز الأحمر فيشير إلى أن هذا الشخص بحاجة إلى الحجر المنزلي 14 يوما، مما يساعد المواطنين على معرفة أحوالهم الصحية وتقديم الرمز كـ"جواز مرور" عند دخول متاجر السوبر ماركت والصيدليات والمجمعات السكنية وغيرها من الأماكن العامة، مما أثبت التفكير الحكومي المبتكر في إدارة حالة الطوارئ الصحية العامة.(بيت المحتوى، ص 10)

3- الجيل الخامس للاتصالات لربط كافة هذه التقنيات الذكية:

أظهرت أزمة فيروس كورونا المستجد كيف يمكن للجيل الخامس من الاتصالات أن يصبح من أهم أدوات مواجهة الأزمات والكوارث الطبيعية التي قد تفوق قدرة البشر في بعض الأحيان، حيث اعتمدت الصين على ربط الروبوتات

والدرونز وإنترنت الأشياء بالبنية التحتية للجيل الخامس للاتصالات، وهو ما مكّنها -إلى حدٍّ ما- من محاولة الحد من انتشار هذا المرض قدر المستطاع، وتقليل سرعة توسيع دائرته بين الأفراد، وسرعة اكتشاف المرضى المحتملين والجدد، وكذلك تحديد البؤر الجديدة التي يمكن أن يظهر فيها المرض. (إيهاب خليفة، 2020/03/08)

2- النموذج الكوري الجنوبي:

أشاد الخبراء في العالم، بتجربة حكومة كوريا الجنوبية في تسطيح المنحنى الوبائي لفيروس(كوفيد-19)، مؤكدين أنها تجربة فريدة" أثبتت أن الدول ومن خلال استخدام المتاح، وحتى دون وجود أية علاجات مؤكدة أو لقاحات، وعبر اتّباع الإجراءات غير الصيدلانية، ممثلة في الاختبار والعزل وغيرها"؛ يمكنها أن تنجح في وقف معدلات انتشار العدوى. وبصورة مشابهة، يكاد يتفق أغلب خبراء الصحة العامة على أن مفاتيح النجاح الأساسية في استراتيجية الاستجابة الوبائية التي اعتمدتها هذه الدولة الآسيوية، انطلقت من القدرة السياسية على الاستفادة والتعلم من تجاربها السابقة في مواجهة بعض الفيروسات التاجية الأخرى من جانب، والعمل بقوة على توظيف كل ما تملكه الدولة من تكنولوجيات مبتكرة لتحسين مستوى التصدي لـ(كوفيد-19) وتسطيح منحناه الوبائي من جانب آخر. (إسلام حجازي،2020/09/01)

- توظيف كوريا الجنوبية لآليات الذكاء الاصطناعي:

تعددت آليات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي تم توظيفها من قبل حكومة كوريا الجنوبية في معركتها الشرسة مع فيروس(كوفيد-19)، وهي الآليات التي يُمكن رصد أبرزها على النحو التالي:

1- الاستعانة بالبيانات الضخمة:

مثلت بيانات التتبع بالنظام العالمي لتحديد المواقع بالهواتف والسيارات، ومعاملات البطاقات الائتمانية، وسجلات السفر، ومقاطع الفيديو الصادرة عن الدوائر التليفزيونية المغلقة، والذكاء الاصطناعي للتعرف على الحالات ذات الأولوية القصوى، وتتبع مسارات الأفراد المصابين. وأطلقت تطبيقات للهواتف الذكية للمسافرين الدوليين القادمين، الخاضعين لفترة المتابعة الذاتية لمدة 14

يوماً، وللحالات المشتبه بإصاباتها بفيروس كورونا الخاضعين للعزل الذاتي الإجباري. وأدى تيسير المتابعة الذاتية وإبلاغ الحكومة بالبيانات، إلى تجنب فرض حظر على دخول المسافرين الدوليين. كما طرحت المستشفيات خدمة تشخيص المرضى المصابين بأعراض خفيفة عن بعد، مما أسهم في تمكين الأخصائيين من الاهتمام بالحالات ذات الأعراض الأشد.(داوون تشونغ، هون ساهيب سوه،2020/03)

2- تصميم خرائط الانتشار:

كانت كوريا الجنوبية تعلم أن نجاح أي استراتيجية استجابة وبائية مستقبلية لها ستعتمد في جزء كبير منها على قدرتها على تحقيق التوازن بين حماية البيانات الشخصية الضخمة للمواطنين والتوظيف الحتمي لتحليلات تلك البيانات الذكية في حالة الطوارئ الصحية العامة، ضمن إطار يسمح بتتبع الأشخاص المشتبه في إصابتهم، ويضمن توفير الحماية للجميع. لذلك، اهتمت الحكومة بتطوير عدد من القوانين والمواثيق الأخلاقية التي تحقق هذا الهدف. وعلى الرغم من أن أغلب المسؤولين الحكوميين لهم حق نشر خرائط انتشار تفصيلية تبين بعض التنقلات الدقيقة للأشخاص المصابين في عدة أماكن؛ إلا أنهم مطالبون- في الوقت ذاته- بتطهير ومنع الوصول لتلك المعلومات بمجرد انتهاء تفشي فيروس(كوفيد-19). ويؤكد أغلب المراقبين أن نشر خرائط الانتشار الذكية لفيروس كورونا المستجد، شجع عددًا كبيرًا من الأشخاص الذين كانوا على اتصال بشخص مصاب بالفيروس أثناء فترة الحضانة على السعي الاختياري لإجراء الاختبار بهدف الاطمئنان على نفسه من جانب، وساعد حكومة كوريا الجنوبية على تجنب العديد من تدابير الإغلاق الكامل القسرية من جانب آخر.

3- تشخيص وتصنيف فئات الإصابة:

سعت حكومة كوريا الجنوبية إلى الوصول لكفاءة عمليات التشخيص الدقيق للمرضى، من خلال الاعتماد على عدد كبير من الأدوات التشخيصية القائمة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. فعلى سبيل المثال، تم اعتماد الجيل الرابع من أداة (VUNO Med Chest X-ray) الذي طور خوارزمية لتحديد النتائج غير الطبيعية على صور الأشعة السينية للصدر، كجهاز طبي من الدرجة

الثانية من قبل إدارة الغذاء والدواء الكورية، وأظهرت نتائجه السريرية أنه أسهم في تخفيض متوسط وقت قراءة الطاقم الطبي بنسبة 50%، وحسّن أداء الكشف بنسبة 5.8% في المتوسط، كما أدى إلى تقليل احتمالية التشخيص الإيجابي الكاذب في المنطقة الطبيعية بنسبة 50٪. وبصورة مشابهة، أطلقت شركة جي.ل.كيه (JLK)، المتخصصة في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، منصة طبية متكاملة تُسمى (AiHub)، ادّعت أن بإمكانها فحص أمراض الرئة في ثوانٍ معدودة بنفس تقنية الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في المستشفيات. وتمكّنت الشركة نفسها من صنع كاميرا محمولة باليد للتصوير بالأشعة السينية، يمكنها إجراء مسح كامل لمنطقة الصدر في ثلاث ثوانٍ فقط، وإظهار خريطة حرارية في الجزء غير الطبيعي منه. وبموجب الاعتماد على هذه الأدوات التشخيصية السريعة والمتقدمة، تم تطوير نظام ذكي لتصنيف الحالات ضمن أربع فئات وفقًا لدرجة خطورتها، هي: خفيفة، ومتوسطة، وخطيرة، وخطيرة جدًّا.(إسلام حجازي)

4- التطبيقات والروبوتات الذكية:

منذ تسجيل حالة الإصابة الأولى بفيروس (كوفيد-19) داخل أراضي كوريا الجنوبية، كان من الواضح أنه سيكون هناك اهتمام ملحوظ من قبل الحكومة بتطوير ودعم كل تطبيقات الهواتف الذكية وأنظمة الروبوت التي يمكن أن تساعد -بشكل أو بآخر- في تبادل المعلومات الصحية وتطبيق سياسات التباعد الاجتماعي، وذلك من خلال مساهمتها الفعلية في حثّ المواطنين على تجنب مناطق التجمعات الكبيرة أو الخروج غير الضروري من منازلهم دون فرض أوامر فعلية بذلك. فعلى سبيل المثال، تم تطوير تطبيق هام جاء تحت اسم "كورونا 100 متر"، يتيح للمواطنين رؤية التاريخ الذي تأكد فيه إصابة أي مريض بفيروس(كوفيد-19) على بعد مائة متر منهم، إلى جانب جنسية المريض وجنسه وعمره، وهو التطبيق الذي سهّل للحكومة أيضًا مهمة تحديد الأماكن التي زارها المصابون لاتخاذ الإجراءات الوقائية اللازمة. ومن ناحية أخرى، تم تطوير روبوت صوتي للدردشة، بهدف تقديم كل المعلومات اللازمة في سبيل التصدي لفيروس كورونا المستجد، بل والمساعدة بشكل كبير في عمليات تقديم الاستشارات الطبية الأولية والدعم النفسي لمن بحاجة له.(إ. حجازي)

ختامًا، يمكن القول إن استراتيجية الاستجابة الوبائية التي اعتمدتها حكومة كوريا الجنوبية في جائحة(كوفيد-19)، قدمت للعالم نموذجًا صحيًّا فريدًا من نوعه في كيفية الاستفادة من الخبرات السابقة، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التصدي لانتشار الفيروس، من دون أن تفرض الإغلاق الشامل في البلاد، حيث اكتفت فقط بفرض بعض حالات الإغلاق الجزئي وإجراءات التباعد الاجتماعي الموصَى بها.

خاتمة:

مع أن العالم قد تكبد خسائر بشرية كبيرة، فقد كان من الممكن أن تكون أكثر لولا الدور الذي قامت به التكنولوجيات الذكية في جميع مجالات مكافحة هذا الوباء اللعين. ويرى الباحثون أن تلك التكنولوجيات سيكون لها دور في التنبؤ بالأوبئة في المستقبل، وذلك في ضوء البيانات التي تم تخزينها عن هذا الوباء والاستمرار في تحديثها واستخلاص نتائجها ودلالاتها. وأنه سوف يكون بإمكانها عمل النماذج والسيناريوهات الخاصة للتنبؤ باحتمالات ظهور وباء جديد ومصدره. وإن كان ذلك سوف يعتمد بالطبع على قدرة الأجهزة الطبية في كل دولة على جمع هذه البيانات ودقتها وعدم قيام حكوماتها بإخفاء بعضها.

وأحد الدروس التي نتعلمها من هذه الخبرة الأليمة هي أهمية تنفيذ سياسات التحول الرقمي، وبناء قواعد البيانات الضخمة وما يرافقها من تطوير البنية التحتية المعلوماتية واستخدام تكنولوجيا الجيل الخامس، فهذه أمور مهمة ليس فقط للازدهار الاقتصادي والاجتماعي ولكن أيضاً للحفاظ على حياة الشعوب وصحة أفرادها.

المراجع:

1. البوابة العربية للأخبار التقنية، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال الأزمات العالمية،2أبريل 2020، من الرابط:https://aitnews.com/2020/04/02
2. إسلام حجازي، دروس التجربة الكورية في مواجهة الموجة الجديدة لكورونا، من الرابط:
https://futureuae.com/ar-AE/Mainpage/Item/5781 01 سبتمبر، 2020.
3. الصادق الحمامي، كيف غيَّرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا؟، دراسات اعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، (2020/05/21).

4. إيهاب خليفةCorona Techكيف تغير التكنولوجيا إدارة الحياة اليومية خلال أزمة كورونا؟، دراسات خاصة، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، العدد 3، 07 أفريل 2020، أبو ظبي الإمارات العربية المتحدة.
5. إيهاب خليفة، كيف توظف الصين التكنولوجيا لمكافحة فيروس كورونا؟، على الرابط:https://futureuae.com/ar-AE/Mainpage/Item/5322مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.
6. بيت المحتوى، التجربة الصينية في التعامل مع كوفيد 19، أزمة وحلول، أفريل 2020. (ملف PDF).
7. حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال، المفهوم المتطور، المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة، جامعة البحرين، ص 495، أفريل 7- 9 /2009.
8. خالد البرماوي، كيف تساعد علوم البيانات على مواجهة فيروس كورونا المستجد؟، من الموقع الإلكتروني: https://www.scientificamerican.com/arabic/articles/news/how-data-science-helps-to-address-emerging-coronavirus/، بتاريخ 29 أبريل 2020، تاريخ التعرض: 2020/11/14.
9. داوون تشونغ، هون ساهيب سوه، مدونات البنك الدولي،كيف واجهت كوريا فيروس كورونا: دروس مبكرة في التصدي للجائحة، **03/23/2020**، **من الرابط:** https://blogs.worldbank.org/ar/eastasiapacific/koreas-response-covid-19-early-lessons-tackling-pandemic.
10. زهور كرّام، التكنولوجيا وسيولة كورونا، الفكر العربي، من الرابط:https://arabthought.org/ar/researchcenter/ofoqelectronic-article-details?id.
11. صحيفة شينخوا، تطبيق التكنولوجيا الحديثة والابتكار في أنماط الحياة والعمل...مفتاح انتصار البشرية على الجائحة، 2020:04:10.16:34، من الرابط: http://arabic.peopledaily.com.cn/n3/2020/0410/c31657-9678324.html
12. عصام بلغياط، **هل حقاً فشلت التكنولوجيا في مواجهة وباء كورونا؟ من الموقع**:https://arabicpost.net/opinions/2020/05/10،تم النشر: 10/05/2020 الساعة 14:45 بتوقيت غرينتش، تاريخ التعرض 2020/11/24، الساعة: 21: 20.

13. علي الدين هلال، التكنولوجيا الذكية والحرب ضد وباء كورونا من الموقع الإلكتروني: https://al-ain.com/article/smart-technology-war-against-corona-epidemic السبت 18/4/2020 12:17 بتوقيت أبوظبي، تاريخ التعرض: 2020/11/24، الساعة: 18:30.
14. فضيل دليو، تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (مفهوم، الاستعمالات، الآفاق) كلية العلوم الإنسانية جامعة منتوري الجزائر، دار الثقافة للنشر والتوزيع ط 2010.
15. معالي فهمي حيضر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، إسكندرية، 2002، ص.253.
16. موقع منظمة الصحة العالمية: https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses.
17. نهى بلعيد، صحافة البيانات لتغطية أزمة الكورونا، المرصد العربي للصحافة، على الرابط الإلكتروني:https://ajo-ar.org/%D، تاريخ الإضافة: 3 يونيو 2020، تاريخ التعرض: 2020/11/20 الساعة 14:25.

تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا عبر الإعلام الاجتماعي وتأثيره في زيادة الخوف لدى المجتمع الجزائري (دراسة على عينة من مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي)

1- جهاد صحراوي 2- وليد شايب الدراع
1- جامعة محمد خيضر- بسكرة/ مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية
Djihad.sahraoui@univ-biskra.dz
2- جامعة محمد خيضر- بسكرة/ مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية
walid.chaibeddra@univ-biskra.dz

ملخص الدراسة:

يمكننا اليوم في ظل الأزمات المتوالية اعتبار الشبكات الاجتماعية بيئة خصبة لعمليات الاستغلال والتوجيه والاستثمار في تخمة المعلومات المتواجدة عبر المواقع الاجتماعية خاصة أثناء أزمة كورونا، فيتم نشر المعلومات الملفقة وفبركة الأخبار للتأثير على عقل الجماهير وزيادة الخوف لديهم وتوجيه المجتمع والتحكم في الرأي العام وتشتيته وإبعاده عن غايته الأساسية، لذلك قامت هذه الدراسة بالبحث في عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات حول كوفيد19 عبر الإعلام الاجتماعي وأثرها في زيادة الخوف والكشف عن العلاقة الرابطة بين تلفيق الأخبار والمعلومات عبر مواقع الإعلام الاجتماعي وزيادة الخوف لدى الجمهور المتلقي لها.

تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستمارة الرقمية لجمع المعلومات من المبحوثين، مع تطبيق أسلوب المسح بالعينة القصدية وذلك بإرسال الاستبانة إلى المبحوثين الذين نرى فيهم توفر الصفات والخصائص المعبرة عن خصوصية مجتمع الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المعلومات الملفقة، جائحة كوفيد 19، وسائل التواصل الاجتماعي، الخوف، الإعلام الاجتماعي.

مقدمة:

يعتبر الإعلام الاجتماعي التي تنتجه مواقع التواصل الاجتماعي من أهم نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بدأت حيثياته مع الجيل الثاني للواب انطلاقا من أهداف علمية تواصلية بحتة أو تجارية تسويقية أو عملية، لكن سرعان ما تطورت أهدافه إلى الجانب الاجتماعي والإعلامي وكافة المجالات المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية المعروفة من إذاعة، وتلفزيون، وصحافة، وكتب، فضم إليه أعدادا هائلة من المستخدمين والمتابعين، وأتاح لهم إمكانية التعبير عما لا يمكن التعبير عنه في الإعلام التقليدي، الأمر الذي يجعل من مواقع الإعلام الاجتماعي طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والمجتمعات، بل في نتائج وتأثير الاتصال، كونها وصلت إلى درجة أصبحت فيها أحد أهم عوامل التغير الاجتماعي محليا وعالميا(هشام، 2019، صفحة 246)، فاستعادت حرية التعبير في البداية حريتها المسلوبة من قبل السلطة في المجال العام، وأضحى المستخدمون يبنون مجتمعات نقاش رقمية، فيستحضرون القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية وكل ماله علاقة بالإطار الذي يعيشون أو يشتغلون فيه.

ولم تصبح وسائل التواصل الاجتماعي هنا مكانا للتواصل مع الآخرين أو مكانا للدردشة والوصول إلى عدد كبير من الأصدقاء عبر العالم والذي لا يمكن للفرد أن يتواصل معهم في الواقع فحسب، بل أصبحت بمثابة ذلك المجال العمومي الرقمي الذي يتناقش ويتحاور فيه المستخدمون وينتقدون عمل السلطات أو يصوبونه خاصة في مجتمعاتنا العربية التي كانت تفتقد إلى منصات التعبير الحر عن الرأي، إضافة إلى ذلك أصبحت هذه المواقع بمثابة ذلك المصدر الكبير الغني بكل أنواع المعلومات والأخبار يتم نقلها من خلاله ويتداولها المستخدمون فيما بينهم ويعلقون عليها، بل أصبحت في حين ما مصدرا يستقي منه الإعلام التقليدي بعض محتوياته الإخبارية، فأصبح الإعلام الاجتماعي هنا له تأثير كبير على سلوك المجتمعات وتوجهات الرأي العام في أي مجتمع كان.

لكن وخلافا لما كان متوقعا بشكل إيجابي للإعلام الاجتماعي فإنه أصبح موطننا خصبا لعمليات الاستغلال والتوجيه هنا وهناك، من قبل المستثمرين في تخمة المعلومات المتواجدة على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي خاصة أثناء الأزمات الحساسة التي تؤرق المجتمعات، فيتم نشر المعلومات الكاذبة وفبركة الأخبار والقصص الإخبارية للتأثير على عقلية الجماهير وزيادة الخوف لديهم وتوجيههم إلى الغاية التي يريدها هؤلاء بغية زعزعة الأمن والاستقرار في مجتمع ما أو التحكم في رأيه العام وتشظيته وإبعاده عن غايته الأساسية.

وما نلاحظه مما حدث على الصعيد الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة السياسية للجزائر وما بعدها خلال الحراك الوطني، والأكثر من ذلك ما نشهده هذه الأيام في إطار الأزمة العالمية التي فرضتها جائحة فيروس كورونا المستجد على جميع المجالات وكافة الأصعدة خاصة الصحية والاجتماعية منها، وهذا ما سنتطرق إليه في هذه الدراسة. فبصفتنا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ الكثير من المعلومات والأخبار الملفقة حول أزمة فيروس كورونا خاصة وانتشارها بين المستخدمين دون الاستناد إلى مصدر موثوق على الأقل، مما أصبح يؤثر على المتلقين لهذه الأخبار بالسلب ويؤدي إلى زيادة الخوف غير المبرر من الفيروس أو الخوف من الآخر أو الخوف من فقدان الصحة أو الحياة أو التجارة أو الأهل، بناء على ما يشهده من معلومات غير صحيحة مهولة للفيروس أو مستهينة به، وهذا ما نلاحظه كل يوم من تصرفات لبعض متابعي الإعلام الاجتماعي عبر الفضاء الرقمي لموقع فايسبوك خاصة باعتباره أكبر تجمع بشري رقمي على وجه الكرة الأرضية، وأيضا في سلوكياتهم الواقعية المهولة من حدة انتشار الفيروس أو المقلل من تداعياته عليهم، إلى هنا نطرح التساؤل التالي: **ما مدى تأثير تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا عبر الإعلام الاجتماعي في زيادة الخوف لدى المجتمع الجزائري؟**

وانطلاقا من هذا التساؤل نطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية لغرض الإجابة عليها انطلاقا من تفكيك التساؤل الرئيسي:

- ما هو حجم تلفيق المعلومات والقصص الإخبارية حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي أهم التأثيرات السلبية لشيوع عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على جمهور المتلقين؟

- ما علاقة انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات الملفقة حول فيروس كورونا بصناعة الخوف لدى المجتمع الجزائري؟

أهداف الدراسة:

- الكشف عن حجم تلفيق المعلومات والقصص الإخبارية حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- التعرف على أهم التأثيرات السلبية لشيوع عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على جمهور المتلقين.

- الكشف عن العلاقة بين انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات الملفقة حول فيروس كورونا وزيادة عامل الخوف لدى المجتمع الجزائري.

الجانب المفاهيمي للدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للواب تتيح التواصل بين الأفراد في بنية افتراضية يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة،...) يتم التواصل فيما بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية لمعرفة أخبارهم والمعلومات التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد (دراجي، 2017، صفحة 203).

وتعرف كذلك على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية، التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (سالم، 2020، صفحة 964)، كما تعرف بأنها مواقع إلكترونية اجتماعية على الأنترنت، وأنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي (الديهي، دون سنة نشر، صفحة 439)، في هذا التعريف تم ربط مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام الجديد

الذي يتسم بالطابع الاجتماعي من خلال العديد من الميزات التي يختلف بها عن الإعلام التقليدي وهي أنها إلكترونية، اجتماعية، تواصلية، بشكل افتراضي.
كما تعرف على أنها مواقع إلكترونية على شبكة الأنترنت تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء والمشاركة في الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين (صلاح، 2014، صفحة 165).

الإعلام الاجتماعي:

مثله مثل باقي المفاهيم في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية يبقى مفهوم الإعلام الاجتماعي مفهوما متعددا يختلف باختلاف زاوية المعالجة، حيث يسميه بعضهم الإعلام الشبكي والبعض الإعلام الإلكتروني وغيرها من التسميات، كما يعرف على أنه أي موقع يتيح لمستخدميه فتح صفحة شخصية عامة ومعروضة كما يتيح ربط علاقات أخرى مع مستخدمين آخرين. إذن فمواقع الشبكات الاجتماعية اسم يطلق على هذه المواقع ذات الطابع الاجتماعي ومجموعات النقاش الحي وغرف الدردشة وغيرها (الفتاح، 2014، صفحة 170).

مفهوم الأخبار والمعلومات المزيفة:

إن مصطلح الأخبار المزيفة هو مفهوم متعدد المعاني ومثير للجدل سياسيا ويعود الأصل في انتشار هذا المصطلح إلى الصحفي الكندي كريج سيلفرمان الذي استخدمها لأول مرة في تغريدة في 14 أكتوبر 2014 حيث قام باستنكار الأخبار الكاذبة لموقع أخبار وهمي nationalreport.net، ولم يتم الحديث عنها بعد ذلك حتى خريف عام 2016 بعد نشر مجموعة من المقالات المؤثرة حول مدى أهمية الظاهرة كجزء من الانتخابات الرئاسية الأمريكية آنذاك، والذي أكسبها شهرة كبيرة استعمالها من طرف الرئيس الأمريكي دونالد ترامب (الحمر، 2020، صفحة 581) لتصبح محل دراسات علمية وأكاديمية كثيرة على الصعيد العالمي.

كما يعرفها قاموس كامبردج بأنها: قصص كاذبة تحول إلى أخبار تنشر على الإنترنت أو باستخدام وسائط أخرى وعادة ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو على سبيل المزاح، كما يعرفها دليل الباحثين الصادر عن جامعة ميشغن بأنه تلك الأخبار التي لا ترتكز على أيّ حقائق أو مصادر أو اقتباسات غير

أن هناك فرقا واضحا بين الأخبار الخاطئة أو تلك المضللة؛ حيث يعتبر الدليل الأخبار الخاطئة بأنها معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون نية التضليل، بينما الأخبار المزيفة تم إنشاؤها بنية التغليط، وبالتالي يستهدف نشرها التأثير في الرأي العام (يسعد، 2020، صفحة 126)، وعموما تتنوع أصناف الأخبار الكاذبة ففي دراسة منشورة سنة 2017 في مجلة" ديجتال جورناليزم" مراجعة للدراسات التي استخدمت مصطلح الأخبار الكاذبة وعرفت ستة أنواع منها. تعتمد هذه الأنواع في الأساس على القدرة والتلاعب في الدمج بين الحقيقة والتضليل واستخدام الحقائق الناقصة والمشوهة للوصول إلى هدفها(خيرة، 2020، صفحة 38)، وعموما يمكننا أن نعرف الأخبار الزائفة على أنها الأخبار التي ليس لها أصل ولم تنطلق من واقعة معينة بل تمت صياغتها ونشرها لأهداف معينة تخدم مصلحة الطرف الذي يقف وراءها، حيث تستغل هذه الأخبار الكاذبة استغلال سياسي وأمني أحيانا.

فيروس كورونا المستجد(كوفيد 19):

هو مرض يسببه نوع من الفيروسات التاجية(كورونا). الاسم الأول للمرض مشتق كالآتي: "co" هما أول حرفين من كلمة كورونا Corona و "vi" وهما أول حرفين من فيروسVirus، و" D" هو أول حرفة من كلمة Disease، وأطلق على هذا المرض سابقا اسم novel2019، وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس المتسبب في مرض المتلازمة التنفسية الحادة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي(بوسرسوب، 2020، صفحة 293)، وعلى العموم فيروسات كورونا هي فصيلة فيروسات واسعة الانتشار يُعرف أنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدةً، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية(MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس).

وفيروس كورونا المستجد(covid19) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر، وفيروسات كورونا حيوانية المنشأ، أي أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر. وقد خلصت التحريات المفصلة إلى أن فيروس كورونا المسبب لمرض سارس (SARS-CoV) قد انتقل من قطط الزباد إلى البشر، وأن فيروس

كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS-CoV) قد انتقل من الإبل إلى البشر. وهناك عدة أنواع معروفة من فيروسات كورونا تسري بين الحيوانات دون أن تصيب عدواها البشر حتى الآن، ومرض كوفيد-19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم (العالمية، 2020)، وهو نفس ما تؤكده المؤسسة الوطنية الأمريكية الرائدة في مجال الصحة العامَّة في الولايات المتحدة الأمريكية والمسماة مركز السيطرة على الأمراض والوقاية منها (CDC) أن أهم الأعراض التي تم الإبلاغ عنها بالنسبة لفيروس كورونا المستجد تتمثل في حمى أو قشعريرة، سعال، ضيق في التنفس أو صعوبة في التنفس، إعياء، آلام في العضلات أو الجسم، صداع الرأس، فقدان جديد للطعم أو الرائحة، التهاب الحلق، احتقان أو سيلان في الأنف، الغثيان أو القيء ((CDC)، 2020).

الجانب المنهجي للدراسة:

منهج الدراسة وأدواته:

قمنا في هذه الدراسات باستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر أسلوبا من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (دويدري، 2000، صفحة 140). من أجل الكشف عن خبايا الظاهرة محل الدراسة التي تمثل اليوم أحد القضايا الصعبة والمؤثرة على نفسية المتلقي والمستخدم الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك عبر جمع المعلومات انطلاقا من استخدام أداة الاستبانة الرقمية وتوظيف الملاحظة كأداة مساعدة انطلاقا من كون الباحثين جزءا من أفراد مجتمع الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينته:

مجتمع البحث في دراستنا هو كل الأفراد الجزائريين المستخدمين والمتلقين لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن الواضح جدا أنه من الصعب حصر كل هؤلاء في

دراستنا واستجوابهم مرة واحدة نظرا لكبر حجمهم، لذلك سنطبق أسلوب المسح بالعينة على هذه الدراسة بالاعتماد على العينة القصدية في اختيار مفردات عينة الدراسة التي نرى أنها تتناسب وطبيعة الموضوع وتمثل مجتمع الدراسة إلى حد كبير، وإرسال الاستبيان لها، وقد بلغ حجم العينة 136 مفردة، ومحاولة تفسير هذه المعلومات وإعطاء التحاليل العلمية الخاصة بها.

عرض وتقديم نتائج الدراسة الميدانية:

- نتائج البيانات السوسيودمغرافية:

الجدول 01: توزيع العينة وفق متغير النوع

العينـــة	التكـــرار	النسبـــة
ذكـــر	66	%48.5
أنثـى	70	%51.5
المجموع	136	%100

بالنظر إلى المجموع الكلي لمفردات العينة البالغ عددهم 136 فردا، يتضح أن نسبة 51.5% منهم كانوا من الإناث، وما نسبته 48.5% منهم كانوا من الذكور، وعلى ذلك نلاحظ وجود تقارب كبير جدا بين نسبة الذكور والإناث، وهذا لأن استخدام وتلقي المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصرا على أحد النوعين دون الآخر بل كلاهما يستخدم ويتلقى الأخبار والمعلومات من هذه المواقع على حد سواء، بالإضافة إلى ذلك تم إرسال الاستبانة الرقمية إلى الجنسين بعدد متساوٍ تقريبا رغبة في قياس تأثيرات هذه الظاهرة وإبراز أهم الفروق التي تمسها عند الطرفين.

الجدول 02: توزيع العينة وفق متغير السن

الفئات	التكـــرار	النسبـــة
[25-18]	68	%50
[35-26]	45	%33.1
[45-36]	17	%12.5
[أكثر من45]	6	%4.5
المجمـــوع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه وبالنظر إلى مجموع مفردات العينة البالغ عددهم 136 فردا، نجد أن نسبة 50% منهم ينتمون إلى الفئة العمرية بين [18-25]، ونسبة 33.1% منهم ينتمون إلى الفئة العمرية بين [26-35]، ونسبة 12.5% منهم ينتمون إلى الفئة العمرية بين [36-45]، والنسبة المتبقية منهم والتي قدرت بـ4.5% منهم فينتمون إلى الفئة العمرية[أكثر من 45] سنة.

يتضح من خلال ذلك أن المبحوثين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية الأولى والثانية هم أكثر تمثيل في هذه العينة، وهذا راجع إلى أن هذين الفئتين تمثلان عمر الشباب وما بعده وهو الذي يكون أكثر اعتمادا على مواقع الإعلام الاجتماعي في تلقي الأخبار ونشر المعلومات أكثر من غيره في الفئات العمرية المتبقية.

الجدول 03: توزيع العينة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبـة
متوســـط	7	%5.1
ثانـــــوي	10	%7.4
جامعــــي	100	%73.5
مستوى اعلى	19	%14
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه وبالنظر إلى مجموع مفردات العينة البالغ عددهم 136 مفردة، نجد أن نسبة 73.5% من المبحوثين لهم مستوى جامعي، ونسبة 14% منهم لهم مستوى أعلى، دكتوراه أو أساتذة التعليم العالي، ونسبة 7.4% منهم لهم مستوى التعليم الثانوي، أما النسبة المتبقية والتي تقدر بـ5.1% فلهم مستوى التعليم المتوسط. يتضح من هذا أن أغلبية المبحوثين يمتلكون مستوى جامعيا أو أكثر مما يعني أننا نتعامل مع أفراد مثقفين ومتخرجين أو يدرسون في الجامعات وعلى وعي دقيق لكل ما يقومون به عبر هذا الفضاء الرقمي وعلى فهم تام بمعنى هذا الموضوع وتأثيراته عليهم.

المحور الأول: حجم تلفيق المعلومات والقصص الإخبارية حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 04: مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لتداول وتناقل الأخبار الملفقة.

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
نعم	89	%65.4
الى حد ما	43	%31.6
لا	4	%2.9
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه، نجد أن ما نسبته 65.4%من المبحوثين يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت بيئة خصبة لتداول كل ما له علاقة بالمعلومات والأخبار الملفقة، ونجد أيضا أن ما نسبته 31.6% من إجمالي المبحوثين يرون أنها أصبحت كذلك إلى حد ما، لكن نجد أن النسبة 2.9% الباقية منهم لا يعتبرونها كذلك، من هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت مكانا رحبا لعمليات تلفيق وتزييف المعلومات والأخبار أيّا كان نوعها والعمل على تداولها بشكل كبير جدا حتى تتمكن من التغطية على كل ما هو صادق وصحيح من الأخبار.

الجدول رقم 05: انتشار عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات عبر إعلام مواقع التواصل الاجتماعي

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
كثيرة جدا	42	%30.9
كثيرة	59	%43.4
قليلة	32	%23.5
نادرة	3	%2.2
المجموع	136	%100

من خلال الجدول الموضح لانتشار عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات عبر إعلام مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن ما نسبته 43.4% من المبحوثين يرون أن عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات منتشرة بشكل كثير على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى ما نسبته 30.9% منهم أنها منتشرة بشكل كثير جدا، بينما يرى ما نسبته 23.5% منهم أنها قليلة الانتشار عبر مواقع التواصل، أما النسبة المتبقية من المبحوثين والمقدرة بـ 2.2% فهم يرون أن عمليات التلفيق للأخبار والمعلومات نادرة الوجود عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تشجع على فبركة الأخبار والمعلومات انطلاقا من الميزات التي توفرها خاصة عامل الشيوع والانتشار.

الجدول 06: أهم الدوافع التي تؤدى بالمستخدم إلى تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا

المصداقية	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبـة
الحصول على عوائد مالية (الدافع المالي)	35	%25.7
الترويج لأفكار معينة (الدافع الأيديولوجي)	40	%29.4
حب الظهور وحصد الاعجابات (دافع الشهرة)	61	%44.9
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه حول أهم الدوافع التي تؤدي بالمستخدم إلى تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا، فنجد أن نسبة 44.9 % المبحوثين يرون أنه يفعل ذلك انطلاقا من حب الظهور وبلوغ الشهرة انطلاقا من نشر كل جديد حتى وإن كان ملفقا فيحصد الآلاف من الإعجابات وتحصل صفحته على العديد من المشاركات مما يعني شهرته بين المستخدمين في الفضاء الرقمي، بينما يرى ما نسبته 29.4 % منهم أنه يفعل ذلك من أجل الترويج لأفكاره والدفاع عنها وإظهار مصداقيتها للمستخدمين انطلاقا من ترويج الأكاذيب حولها خاصة بالاستشهادات الكاذبة للعلماء والباحثين، بالإضافة إلى ذلك يرى ما نسبته 25.7% من المبحوثين أنه يقوم بتلك العملية بغية الحصول على عوائد مالية من قبل الجهات التي تستثمر في انتشار المعلومات الملفقة والمضللة للجمهور.

المحور الثاني: أهم التأثيرات السلبية لشيوع عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات حول أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام الاجتماعي على جمهور المتلقين

الجدول 07: مدى جعل عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات المتلقي عرضة للتأثر بأي شيء ينقل حول فيروس كورونا عبر مواقع الإعلام الاجتماعي.

العينة	المجموع الكلي	
	التكرار	النسبة
دائما	58	%42.6
أحيانا	55	%40.4
نادرا	23	%16.9
المجموع	136	%100

من خلال الجدول الموضح أعلاه والخاص مدى جعل عمليات تلفيق الأخبار والمعلومات المتلقي أكثر عرضة للتأثر بأي شيء ينقل حول فيروس كورونا عبر مواقع الإعلام الاجتماعي، نجد أن ما نسبته 42.6% من المبحوثين يرون أن انتشار الأخبار الملفقة وعمليات تلفيق المعلومات يجعلهم عرضة بشكل دائم لتصديق أي شيء متعلق بفيروس كورونا يتم نقله عبر مواقع التواصل الاجتماعي بغض النظر عن صدقه أو كذبه أو عن مصدره هل هو رسمي أو غير رسمي، بينما يرى ما نسبته 40.4% منهم أنهم يكونون كذلك أحيانا فقط وبمعنى آخر في الوقت التي يتم فيه تلفيق الأخبار بكثرة كبيرة جدا خاصة في المستجدات حول عدد الإصابات أو فيما يخص اللقاحات وغيرها، أما نسبة 16.9% المتبقية منهم فيرون أنهم نادرا ما يكونون متأثرين بالأخبار الكاذبة لدرجة تصديق كل معلومة جديدة بل يتقصون حول الأخبار ومصدرها في بعض الأحيان.

الجدول 08: مساهمة الأخبار الملفقة والمعلومات الكاذبة على الصعيد الاجتماعي والنفسي والسياسي.

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
زعزعة الأمن والاستقرار	91	%28.5
التمويه والمراوغة وإخفاء الحقائق	78	%24.5
تحطيم الروح المعنوية للجمهور	98	%30.7
زعزعة قناعات الرأي العام	52	%16.3
المجموع	319	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه، نجد أن نسبة 30.7% من مجموع إجابات المبحوثين تؤكد على أنها تحطم الروح المعنوية للجمهور، بينما نجد أن نسبة 28.5% من مجموع إجاباتهم ترى أن هذه الأخبار الملفقة تزعزع الأمن والاستقرار في المجتمع، ونجد أيضا أن نسبة 24.5% من مجموع إجابات المبحوثين ترى أن هذه الأخبار والمعلومات تسهم بشكل كبير في التمويه وإخفاء الحقائق والمعلومات، بينما ترى النسبة المتبقية من إجابات المبحوثين والمقدرة بـ16.3% أنها تسهم في زعزعة قناعات الرأي العام.

ومنه نستنتج أن الأخبار والمعلومات تسهم على الصعيد الاجتماعي والنفسي في خلق الفوضى وعدم نقل الحقيقة وتزييف كل ما هو حقيقي انطلاقا من زعزعة الأمن والاستقرار.

الجدول 09: نوع الشعور النفسي للمتلقي بعد متابعة الأخبار التي من الممكن أن تكون ملفقة

نوع الشعور النفسي	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
القلق والتوتر	84	%25.8
الغضب الشديد	58	%17.8
فقدان الثقة في المعلومات والأخبار	127	%39
الخطر والتهديد	56	%17.2
المجموع	325	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بنوع الشعور النفسي للمتلقي بعد متابعة الأخبار التي من الممكن أن تكون ملفقة، يتضح أن شعور فقدان الثقة في المعلومات والأخبار من أهم المشاعر النفسية التي يشعر بها المتلقي وهذا بنسبة 39% من إجمالي المبحوثين، وهذا نظرا لحجم التلفيق الذي أصبح يمس أي نوع من الأخبار والمعلومات المتواجدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويأتي في المرتبة الثانية شعور القلق والتوتر من أهم المشاعر التي تسيطر على المتلقي الجزائري وهذا بنسبة 25.8% من إجمالي إجابات المبحوثين أثناء اكتشافه أو شكه في أي تلفيق قد يتواجد داخل هذه المعلومات التي يتابعها، ويأتي شعور الغضب الشديد في المرتبة الثالثة كشعور نفسي ينتاب المتلقي الجزائري أثناء تلقي الأخبار والمعلومات الكاذبة وهذا بنسبة 17.8% من إجابات المبحوثين، وهذا كلما تلقى المستخدم خبرا أو معلومة ثم بعد ذلك يتلقى معلومة أخرى وفي نفس الموضوع وتكون مخالفة للأولى تجعله يشعر باضطراب وغضب شديد، في الأخير يأتي الشعور بالخطر والتهديد بنسبة 17.8% من إجمالي إجابات المبحوثين، وهذا أنه كلما يتلقى خبرا يشعر بأنه كان ملفقا فيحس وكأن خطرا من طرف مجموعة من الأشخاص يتربص به وبصحته وبحياته بصفة عام.

الجدول 10: مساهمة الأخبار والمعلومات الملفقة في تشتيت تفكير المتلقي نحو أزمة فيروس كورونا

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
دائما	64	%47.1
أحيانا	57	%41.9
نادرا	15	%11
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بمساهمة الأخبار والمعلومات الملفقة في تشتيت تفكير المتلقي نحو أزمة فيروس كورونا نجد أن ما نسبته 47.1% من المبحوثين يرون أن هذه الأخبار والمعلومات الملفقة تسهم دائما في تشتيت تفكير المتلقي حول أزمة كورونا، ويرى ما نسبته 41.9% منهم أنها تسهم بذلك

أحيانا، في حين ترى نسبة قليلة منهم تبلغ 11% أنها نادرا ما تسهم بذلك، ومن هذا يمكن لنا أن نستنتج أن هذه الأخبار والمعلومات الملفقة تسهم بشكل كبير جدا في تشتيت تفكير الجمهور المستخدم والمتلقي لها انطلاقا من أنه كل ما زاد تعارض الأخبار وتضاربها حول كيفية الوقاية والعلاج أو حول مستجدات اللقاح تجعله في تشتت هل يصدق هذا أو هذا وفي ماذا يفكر؟

الجدول 11: النشر المكثف لكل ما هو ملفق يؤدي إلى التباس المعلومات حول أزمة فيروس كورونا.

العينــــة	المجموع الكلـــــي	
	التكـرار	النسبــة
دائما	57	%41.9
أحيانا	70	%51.5
نادرا	9	%6.6
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بالنشر المكثف لكل ما هو ملفق يؤدي إلى التباس المعلومات حول أزمة فيروس كورونا نجد ما نسبته 41.9% من المبحوثين يرون أن النشر المكثف لكل ما هو ملفق يؤدي دائما إلى التباس المعلومات حول فيروس كورونا، ويرى ما نسبته 51.5% منهم أنه يؤدى إلى ذلك أحيانا، في حين ترى نسبة قليلة من المبحوثين 6.6% أنه نادرا ما يؤدى إلى ذلك، انطلاقا من هذا نرى أنه كلما تم تكثيف نشر المعلومات والأخبار الملفقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإن ذلك يؤدي إلى التباس المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا وعدم مقدرة المتلقي على التفريق بين ما هو صحيح وما هو كذب من هذه المعلومات والقصص الإخبارية التي يتلقاها يوميا.

المحور الثالث: علاقة انتشار الأخبار والمعلومات الملفقة حول أزمة فيروس كورونا بزيادة الخوف لدى المتلقي الجزائري

الجدول 12: العامل النفسي ممثلا في غريزة حب الحياة والخوف من الموت يجعل الفرد يصدق كل معلومة تنقل إليه.

العينــة	المجموع الكلــــي	
	التكـرار	النسبــة
نعم	62	%45.6
إلى حد ما	61	%44.9
لا	13	%9.6
المجموع	136	%100

انطلاقا من إجابات المبحوثين الموضحة في الجدول، نجد أن نسبة 45.6% من المبحوثين يرون أنهم يصدقون أي معلومة يتلقونها عبر المواقع الاجتماعية انطلاقا من تأثير العامل النفسي المتعلق بغريزة حب الحياة والخوف من الموت، ويرى نسبة 44.9% منهم أنهم يصدقون ذلك إلى حد ما انطلاقا من تأثير العامل النفسي الذي ذكرناه، غير أن النسبة المتبقية 9.6% ترى أنها لا تصدق كل معلومة تتلقاها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأن العامل النفسي المذكور لا يؤثر عليها إطلاقا، ومن هذا نستنتج أنه كلما زاد العامل النفسي المتعلق بغريزة حب الحياة والخوف من الموت تزداد معها إمكانية تصديق أي معلومة تنتقل عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بالجانب الصحي وكيفية الوقاية من الفيروس حتى وإن كانت غير صحيحة أو كاذبة.

الجدول 13: مدى شعور المتلقي بالخوف على حياته كلما تبين له أن الأخبار الواردة عن اللقاحات كلها كاذبة ولا أساس لها من الصحة.

العينــة	المجموع الكلــــي	
	التكـرار	النسبــة
دائما	53	%39
أحيانا	54	%39.7
نادرا	29	%21.3
المجموع	136	%100

من خلال الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بمدى شعور المتلقي بالخوف على حياته كلما تبين له أن الأخبار الواردة عن اللقاحات كلها كاذبة ولا أساس لها من الصحة، فنجد أن نسبة 39% من المبحوثين يرون أنهم يخافون على حياتهم دائما خاصة بعد أن يكتشفوا أن معظم الأخبار التي تخص اللقاحات وقرب إنتاجها ملفقة، وترى نسبة 39.7% من المبحوثين أنهم يشعرون بذلك أحيانا، أما نسبة 21.3% منهم فنادرا ما تشعر بذلك، ومن هذا نستنتج أن المتلقي يشعر بالخوف على حياته كلما تبين أن هناك تلاعب بالأخبار والمعلومات المتعلقة باللقاحات وعدم جديتها لأن ذلك يولد له نوعا من الخوف من المجهول الذي يتربص به وبحياته.

الجدول 14: مساهمة نشر ونقل الأخبار والمعلومات الملفقة في خلق نوع من الحرب النفسية التي تسهم في زيادة الخوف لدى المتلقي الجزائري

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبــة
دائما	66	%48.5
أحيانا	60	%44.1
نادرا	10	%7.4
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بمساهمة نشر ونقل الأخبار والمعلومات الملفقة في خلق نوع من الحرب النفسية التي تسهم في زيادة الخوف لدى المتلقي الجزائري، نجد أن ما نسبته 48.5% من المبحوثين يرون أن الأخبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما ما تخلق نوعا من الحرب النفسية تسهم في زيادة الخوف لديهم، ونجد كذلك أن نسبة 44.1% من المبحوثين يرون أنها تسبب لهم ذلك أحيانا، بينما يرى الباقون منهم والذين نسبتهم بلغت 7.4% من مجموع المبحوثين أنها نادرا ما تسبب لهم ذلك، انطلاقا من هذا نستنتج أن الحرب النفسية التي تخلقها عمليات تلفيق ونشر المعلومات والأخبار المزيفة تسهم في إصابة المتلقي بنوع من الخوف القهري واللاإرادي على

حياته ومصالحه انطلاقا من استثمارها في النواحي النفسية المؤثرة على المتلقي أو المستخدم.

الجدول 15: مساهمة عملية المتابعة للأخبار والمعلومات الملفقة يوميا لدى الجمهور الجزائري بزيادة الضغط النفسي الذي يولد الخوف من المستقبل

العينـــة	المجموع الكلـــي	
	التكـرار	النسبـة
نعم	64	%47.1
الى حد ما	62	%45.6
لا	10	%7.4
المجموع	136	%100

انطلاقا من الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بمساهمة عملية المتابعة للأخبار والمعلومات الملفقة يوميا لدى الجمهور الجزائري بزيادة الضغط النفسي الذي يولد الخوف من المستقبل، حيث نجد أن نسبة 47.1% من المبحوثين يرون أن عملية متابعة الأخبار والمعلومات الملفقة يوميا تولد لهم نوعا من الضغط النفسي والخوف من المستقبل، ويرى ما نسبته 45.6% منهم أن هذه العملية تولد لهم ذلك إلى حد ما، غير أن نسبة 7.4% الباقية منهم لا ترى أن متابعة الأخبار الملفقة تولد لها الضغط النفسي أو الخوف من المستقبل، انطلاقا من هذا يمكن لنا أن نستنتج أن تلقي الأخبار والمعلومات الملفقة يوميا يسهم في تدمير القوة النفسية لدى المتلقي أو المستخدم انطلاقا من وضعه في ضغوطات نفسية كبيرة جدا تجعله يخاف حتى مما يمكن أن يحدث غدا أو في المستقبل القريب.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال جمعنا للبيانات من المبحوثين الذين تم اختيارهم لتمثل مجتمع الدراسة واستعراض هذه البيانات بواسطة جداول نسبية والقيام باستنطاقها ومحاولة تحليلها ومناقشتها توصلنا إلى مجموعة من النتائج حول هذا الموضوع نذكرها فيما يلي:

- يمكن القول إن مواقع التواصل والإعلام الاجتماعي قد أصبحت بمثابة ذلك المكان الذي تتم فيه عمليات تلفيق وتزييف المعلومات والقصص الإخبارية أيا كان

نوعها من قبل مجموعة من المستخدمين والمؤثرين الجدد الذين يستغلون الظروف السيئة والأزمات للتأثير في الرأي العام وبصفة أعم الجمهور المتلقي لمحتوياتهم المصطنعة والتي لا أساس لها من الصحة والعمل على تداولها بشكل كبير جدا حتى تتمكن من التغطية على كل ما هو صادق وصحيح من الأخبار، وهذا بالاعتماد على الخصائص التي توفرها لهم هذه المواقع انطلاقا من سهولة النشر دون قيد وسرعة انتشارها وشيوعها بين المستخدمين في وقت وجيز جدا.

- إن هؤلاء المستخدمين الذين يقومون بتلفيق أو نشر الأخبار والمعلومات الملفقة والذي اصطلح على تسميتهم بالمؤثرين الجدد لهم العديد من الأهداف التي يسعون إلى تحقيقها من خلال نشرهم لهذا النوع من الأخبار والمعلومات، فمنهم من يفعل ذلك من أجل حب الظهور وبلوغ الشهرة انطلاقا من نشر كل جديد حتى وإن كان ملفقا، فيحصد الآلاف من الإعجابات وتحصل صفحته على العديد من المشاركات مما يعني شهرته بين المستخدمين في الفضاء الرقمي، ومع زيادة نسبة تأثيره في الرأي العام أو الجمهور المستخدم يستمر في التمادي بنشر أكاذيبه عن كل حدث جديد، وهناك أيضا من هذه الدوافع ما يسمى بالدافع الأيديولوجي انطلاقا من محاولته الترويج لأفكاره التي يعتقد أنها صحيحة وما دونها خاطئ والدفاع عنها وإظهار مصداقيتها للمستخدمين، انطلاقا من ترويج الأكاذيب حولها خاصة بالاستشهادات الكاذبة للعلماء والباحثين، وهذا ما نشاهده اليوم من منشورات حول طريقة الوقاية من فيروس كورونا، فكل مستخدم يدافع عن فكرته يسعى إلى إثباتها انطلاقا من استحضار الأدلة والبراهين التي لا أساس لها من الصحة، بالإضافة إلى ذلك نجد أن هناك من يسعى من وراء نشر الأخبار الملفقة إلى الحصول على عوائد مالية من قبل الجهات التي تستثمر في انتشار المعلومات الملفقة والمضللة للجمهور، بهدف إبعاده عن مشكلته الأساسية، وما يحدث في هذه المواقع عند المستخدمين الجزائريين خير مثال على ذلك، فلم تعد القضية الأساسية أزمة فيروس كورونا بل الكثير من القضايا الهامشية هي الأساسية بدلا منها.

- يلاحظ كذلك من انتشار الأخبار الملفقة وعمليات تلفيق المعلومات حول أزمة فيروس كورونا أن هذا يجعل المتلقين أكثر عرضة بشكل دائم لتصديق أي شيء

متعلق بفيروس كورونا يتم نقله عبر مواقع التواصل الاجتماعي بغض النظر عن صدقه أو كذبه أو عن مصدره هل هو رسمي أو غير رسمي، لأن شيوع المعلومة وانتشارها على أكثر من نطاق يرفع مقدار مصداقيتها، وهذا ما تستثمر فيه الأخبار والمعلومات الملفقة.

- إن انتشار الأخبار والمعلومات الملفقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما وتلقيا من قبل المجتمع الجزائري أسهم على الصعيد الاجتماعي والنفسي في خلق نسق مستمر من فوضى المعلومات المستهلكة والتي لا تستند إلى مصدر رسمي وأدى إلى العديد من النتائج غير المرغوبة من زعزعة للأمن والاستقرار وتحطيم الروح المعنوية للجمهور والرأي العام بالإضافة إلى زعزعة قناعاته وضرب مصداقيتها انطلاقا من إخفاء الحقائق واستعمال التمويه الذي يؤدي إلى صرف أنظار الجمهور إلى قضايا ثانوية بدلا من القضية الأساسية التي تهمه أكثر.

- من أهم المشاعر النفسية التي تسيطر على المجتمع الجزائري أثناء تلقي الأخبار والمعلومات التي يمكن أن تكون ملفقة هو الشعور بفقدان الثقة في المعلومات والأخبار، وهذا نظرا لحجم التلفيق الذي أصبح يمس أي نوع من الأخبار والمعلومات المتواجدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا الشعور بالقلق والتوتر الدائم أثناء اكتشافه أو شكه في أي تلفيق قد يتواجد داخل هذه المعلومات التي يتابعها، بالإضافة أيضا إلى الشعور بالغضب الشديد وهذا كلما تلقى المستخدم خبرا أو معلومة ثم بعد ذلك يتلقى معلومة أخرى في الموضوع نفسه وتكون مخالفة للأولى وتنفيها تجعله يشعر باضطراب وغضب شديد، وكل هذا يؤدي إلى الشعور بالخطر والتهديد، لأنه كلما تلقى خبرا يشعر بأنه كان ملفقا يحس وكأن خطرا من طرف مجموعة من الأشخاص يتربص به وبصحته وبحياته بصفة عام، مما يجعل المتلقي في حالة نفسية سيئة جدا، وهذا من شأنه أن يسهم بشكل كبير جدا في تشتيت تفكير الجمهور المستخدم والمتلقي لهذه الأخبار حول أزمة فيروس كورونا انطلاقا من أنه كلّما زاد تعارض الأخبار وتضاربها حول كيفية الوقاية والعلاج أو حول مستجدات اللقاح تجعله في تشتت هل يصدق هذا أو هذا وفي ماذا يفكر.

- كلما زاد نشر الأخبار والمعلومات الملفقة عن حدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإن ذلك يؤدي إلى حدوث التباس في المعلومات الواجب معرفتها عن أزمة كورونا،

وعدم مقدرة المتلقي على التفريق بين ما هو صحيح وما هو كذب من هذه المعلومات والقصص الإخبارية التي يتلقاها يوميا مما يخلق له نوعا من الاضطراب المعلوماتي بين الحقيقة القليلة والمزيف الكثير.

- كلما حوصِر المتلقي بالكثير من المعلومات الملفقة زاد العامل النفسي المتعلق بغريزة حب الحياة والخوف من الموت وبالتالي تزداد معها إمكانية تصديق أي معلومة تنتقل عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة خاصة بالجانب الصحي وكيفية الوقاية من الفيروس حتى وإن كانت كاذبة، وإن هذا المتلقي يزداد شعوره بالخوف على حياته عن اللزوم كلما تبين له أن هناك تلاعب بالأخبار والمعلومات المتعلقة باللقاحات وعدم جديتها لأن ذلك يولد له نوعا من الخوف من المجهول الذي يتربص به وبحياته.

- يخلق انتشار الأخبار الملفقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي نوعا من الحرب النفسية على الجمهور، ما يصيب المتلقي بنوع من الخوف القهري واللاإرادي على حياته ومصالحه انطلاقا من استثمارها في النواحي النفسية المؤثرة على المتلقي أو المستخدم وهذا ما من شأنه أن يسهم في تدمير القوة النفسية لدى المتلقي أو المستخدم انطلاقا من وضعه في ضغوطات نفسية كبيرة جدا تجعله يخاف حتى مما يمكن أن يحدث غدا أو في المستقبل القريب.

- إن كل هذه الضغوط على الجانب النفسي والاجتماعي للمتلقي تسهم في توليد مجموعة من السلوكيات السلبية المرتبطة بالخوف، الخوف من تلقي المعلومة الخوف من الآخر. الخوف من المستقبل والخوف من الإصابة بالمرض، ومما نلاحظه أن هذه السلوكيات زادت عن حدها بشكل كبير جدا خلال الفترة الأخيرة ما سبب كثرة الأخبار الملفقة التي تعج بها مواقع الإعلام الاجتماعي.

خاتمة:

بناء على ما تم طرحه في هذا الموضوع انطلاقا مما توصلت له الدراسة الميدانية يمكن لنا القول إن موضوع فبركة وتلفيق الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبح يزداد كلما تعرض المجتمع لأزمة أو مجموعة من الأزمات، وهذا ما نشهده اليوم خلال احتدام أزمة فيروس كورونا المستجد حيث ازدادت هذه العمليات عن حدها حتى أصبح تقريبا كل شيء ملفقا خصوصا في

ظل غياب المعلومات الرسمية من الجهات الرسمية عن عدد الإصابات أو عن نسبة تطبيق إجراءات الحجر الصحي، وتحول السياسيين والمؤثرين على الرأي العام عبر الفضاء الرقمي من تجارة السياسية وقضايا الشأن العام إلى تجارة الأخبار والمعلومات الكاذبة فأصبح أي شيء ينقل تقريبا كاذبا وملفقا لننتقل إلى مرحلة جديدة وهي مرحلة ما بعد الحقيقة، في ظل موتها لم تعد هناك حقيقة فكل شيء ملفق وبالتالي فهو كاذب بشكل نسبي، إذ انتشرت بكثرة الأخبار التي تحتجب مصادرها أو تكون مصدر شك، أو تتعمد التهويل والإثارة في عناوينها ومضامينها وتتناقلها وسائل الإعلام الاجتماعي وتضع لها روابط دون التحقق من مصداقيتها (بودهان، 2019، صفحة 467)، وكل هذا أثر بالسلب على المتلقي مما أدى إلى زيادة شعوره بالخوف غير المبرر من هذا الفيروس المستجد والذي يحمل في طياته إمكانية إصابة أي فرد على وجه الأرض، فأصبح هذا المتلقي يخاف من تلقي أخبار مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تكون ملفقة بالإضافة إلى الخوف من الإصابة بالمرض نظرا للأعداد الهائلة التي أصيبت به والتي يتم تداولها عبر مواقع الإعلام الاجتماعي.

يمكن القول إن ظاهرة الأخبار الملفقة قد زعزعت الثقة بشكل كبير في وسائل الإعلام الاجتماعي وفرضت تحديا جديدا على وسائل الإعلام التقليدية من حيث إمكانية توفير المعلومة الصادقة والصحيحة، مما أسهم في رفع نسبة ثقة الجمهور بالمعلومات التي قد تنقلها وتتداولها وسائل الإعلام التقليدية كونها أولا تعتبر مصدرا رسميا بصفة مباشرة أو بصفة غير مباشرة للمعلومات المتعلقة بهذا الفيروس.

وما نراه نحن اليوم كباحثين فيما يخص هذه الظاهرة عبر الإعلام الرقمي أنه لا بد للمتلقي أن يقوم بالعديد من الأشياء حتى يتمكن من استقاء المعلومة الصحيحة من مصادرها والكشف عن كل ما هو كاذب وعدم نشره:

- التساؤل حول مصدر هذه المعلومات هل هي جهات رسمية أو غير رسمية؟
- من حررها هل هو مسؤول أو هو شخص يشتغل من وراء حساب مزيف؟
- هل هذه المعلومة متداولة من طرف أكثر من مصدر رسمي أو أن من يشاركونها يهدفون إلى جمع أكبر قدر من الإعجابات؟

- هل تتفق هذه المعلومات مع كل ما هو منطقي أو أنها غير منطقية ولا يمكن للعقل أن يتقبلها؟

- وإذا كانت هذه المعلومات عبارة عن صور أو فيديوهات. هل هي مفبركة أو صحيحة متى تم تصويرها أو نشرها؟ ابحث عن الصور المشابهة لها والتي يمكن أن تكون قد اقتبست عنها.

كل هذه التساؤلات تجعل المتلقي في حماية من التأثر بالأخبار الكاذبة وتجعله يكشف عنها حتى وإن كانت ملفقة بشكل جيد.

توصيات:

هذه مجموعة من التوصيات التي نقدمها إلى الملتقي والتي لها علاقة كبيرة جدا بموضوع هذه المداخلة بصفة عامة:

- يجب على المؤسسات التربوية والجامعات والمعاهد التكوينية إضافة برنامج تدريسي للتربية الرقمية والإعلامية، من أجل تعليم هؤلاء المستخدمين من تلاميذ وطلبة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة أخلاقية، لأنه ليس من الأخلاق أن يقوم هذا المستخدم أو ذاك بتضليل الآخرين وعدم إعطائهم الحق في الحصول على المعلومة الصحيحة، وتعلمه كيفية استقاء المعلومة الصحيحة من مصادرها الرسمية لا التي تنقل عنها.

- إنجاز دليل لمحاربة ومواجهة انتشار الأخبار والمعلومات الملفقة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي مرفقا بالحث على استخدام برامج البحث العكسي للصور والفيديوهات والكثير من البرامج الأخرى للتحقق من الأخبار، لمعرفة إذا ما كانت صحيحة أو مركبة لا أساس لها من الصحة وبالتالي نقلل هنا من سرعة انتشار كل ما هو ملفق أو مزيف إلى حد ما.

المراجع:

1- ابتسام دراجي. (جوان, 2017). شبكات التواصل الاحتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد(01)، العدد(01و02)، صفحة 203.

2- بوعموشة نعيم، بوبكر هشام. (30 جوان, 2019). دور شبكات التواصل الاحتماعي في صناعة الرأي العام لدى المواطن الجزائري. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد(09)، العدد(18)، صفحة 246.

3- خديجة بن سالم. (سبتمبر, 2020). التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل ازمة كورونا. مجلة الاحياء ،المجلد 20،العدد26.، صفحة 964.

4- رجاء وحيد دويدري. (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية. دمشق: دار الفكر.

5- زهية يسعد. (جوان, 2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الراي العام، مجلد (03) عدد (01) ، صفحة 126.

6- عمر بن عيشوش وحسان بوسرسوب. (جوان, 2020). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كوفيد 19. مجلة التمكين الاجتماعي مجلد (02) عدد (02) ، صفحة 293.

7- كنعان علي عبد الفتاح. (2014). الإعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

8- محمدي خيرة. (سبتمبر, 2020). الإعلام الصحي وادارة ازمة وباء كوفيد19في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد(02)عدد(03)، صفحة 38.

9- محي الدين إسماعيل محمد الديهي. (دون سنة نشر). تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين. الاسكندرية: مكتبة لوفاء القانونية.

10- مروي عصام صلاح. (2014). الإعلام الإلكتروني. الاردن: دار ياف العلمية للنشر والتوزيع.

11- منظمة الصحة العالمية. (2020). توصيات ومعلومات حول فيروس كورونا المستجد(كوفيد19). تاريخ الاسترداد 31 05, 2020، من www.who.int/ar.

12- نبيل لحمر. (جوان, 2020). الاخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واثارها على اتجاهات الرأي العام. مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد(07)، العدد(02)، صفحة 581.

13- يامين بودهان. (2019). تعامل المراسلين الصحفيين مع نشر الاخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية دراسة ميدانية بولاية سطيف. مجلة المعيار، المجلد(23)، العدد(46)، صفحة 467

14- Centers for Disease Control and Prevention (CDC) .(2020) . Sympoms of coronavirus تاريخ الاسترداد 31 05, 2020، من . www.cdc.gov/coronavirus.

تفعيل وسائل التكنولوجيا الحديثة في الاتصال الداخلي للمؤسسة لمواجهة أزمة كوفيد 19

الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز- امتياز التوزيع ورقلة أنموذجا-

1- د. نسمة مهشي 2- محمد الهواري معمري

1-جامعة باجي مختار عنابة/ مخبر دراسات في الاتصال

nesmamahachi@gmail.com

2-جامعة قاصدي مرباح ورقلة elhouari.maamri@gmail.com

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة الوسائل التكنولوجية الحديثة التي استخدمتها الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة لتفعيل الاتصال الداخلي أثناء أزمة كوفيد 19، حيث سلطنا الضوء من خلالها على أهم الإجراءات المتخذة لمواجهة تأثيرات هذه الأزمة على استمرارية العمل في المؤسسات، كما استعرضنا أفضل الممارسات والإجراءات الاحترازية المطبقة من قبل مؤسسة امتياز التوزيع بورقلة لحماية موظفيها بتفعيل الوسائل التكنولوجية لضمان استمرارية الاتصال بهم وتوعيتهم وتحسيسهم بخطورة الوباء.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، الاتصال الداخلي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، أزمة كوفيد 19.

مقدمة:

مما لا شك فيه أن جائحة كورونا(داء كوفيد 19) ستشكل نقطة مفصلية في تاريخ البشرية، بما ستتركه من تأثيرات كبيرة على مختلف مناحي الحياة، لا سيما الاقتصادية منها والاجتماعية، فقد ألقت بظلالها على كل قطاعات العمل، ووضعت تجارب الدول والمؤسسات والشركات أمام اختبار حقيقي، في كيفية المواجهة والاستمرار في تقديم الخدمات، مع الحفاظ على صحة وسلامة

الموظفين والمتعاملين، على حد سواء، وحمايتهم من أخطار الإصابة، وما أزمة كوفيد19 إلا أحد التحديات التي تواجهها المؤسسات كل يوم، إضافة إلى الركود والكساد الاقتصادي العالمي، وحالات اللاأمن واللاإستقرار السياسي، والكوارث الطبيعية وغيرها من الطوارئ والأزمات، أين تجد المؤسسات نفسها في مآزق وأوقات عصيبة تُختبر خلالها قوة التخطيط، وفعالية السياسات، والمهارة الفعلية للقادة فيها، وفي أوقات عدم اليقين هذه، ربما تجد المؤسسات أيضا أنها ستحتاج إلى تجاوز العمل بإنتاجية، والتكيف مع الاحتياجات الجديدة للعمال من ساعات عمل أكثر مرونة، ومراعاة الجانب الإنساني للتغلب على التوتر والقلق، الذي قد يعوق قدرتهم على العمل...، فقادة الأعمال ومسؤولو المؤسسات عليهم دور كبير في إبراز إنسانيتهم، وتعاطفهم، واهتمامهم بموظفيهم خلال هذه الأزمة؛ وهو ما يستوجب من مختلف القطاعات مواجهة تحديات متزايدة في الاستراتيجيات وطرائق الاتصال، والتفاعل مع الموظفين في ظل ضبابية المستقبل، ومشاعر القلق السائدة بسبب أزمة وباء كوفيد 19؛ ويُحتم بذل المزيد من الجهود لإنشاء خطة للاتصال الداخلي الفعال؛ من أجل بناء قيادة واثقة وشفافة.

سارعت الكثير من المؤسسات إلى بدء تطبيق أدوات العمل عن بعد وذلك تمهيدًا للإجراءات الاحترازية التي تنتهجها، ووضع الآليات المناسبة لتطبيقها، سواء عن طريق الأنترنت أو الأنترانات ومنصات التعلم والتواصل والتبادل الإلكتروني أو الهواتف النقالة أو الاكسترانت، هذه الدعائم التي يجب أن تسهل قبول الأزمة في الداخل وخلق فرص للمحاورة وللمشاركة في صنع واتخاذ القرارات المناسبة، فالتكنولوجيا تحشد الجهود البشرية وتقوي الجبهة الداخلية للمؤسسات، وتجعلها عصية على الاختراق والانكسار.

والمؤسسات الاقتصادية الجزائرية كغيرها من المؤسسات في أرجاء العالم كانت ولا تزال عرضة لأزمة هذا الوباء، ومن بينها الشركة الوطنية للكهرباء والغاز (سونلغاز) ممثلة بأحد فروعها الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز - امتياز التوزيع ورقلة التي لم تكن بمعزل من هذه الجائحة التي أثرت عليها بشكل مباشر أين وجدت نفسها أمام تحدي ضرورة توفير منتجها الحيوي بنفس الجودة، في ظل وجود مرض خطير ومعدٍ يستلزم التباعد الجسدي وبعض الإجراءات الاحترازية

التي قد تكون عائقا لذلك. وبالتالي تأتي هذه الدراسة للبحث في أهم الوسائل التكنولوجية التي تستخدمها المؤسسة للبقاء على تواصل دائم مع موظفيها في ظل أزمة الوباء العالمي، وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل التالي: **ما هي الوسائل التكنولوجية التي تستخدمها الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع بورقلة لتفعيل الاتصال الداخلي في ظل أزمة كوفيد 19؟**

منهجية الدراسة:

للإحاطة بجوانب الموضوع والإجابة عن الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، من خلال القراءة والاطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة والدوريات العلمية، والبحث على الشبكة العنكبوتية عن المعلومات ذات الارتباط بموضوع البحث، ولإبراز المفاهيم العامة التي تساعد على استيعاب الموضوع بشكل أفضل كمفهوم التكنولوجيا الحديثة وتفعيل وسائل الاتصال الداخلي، كما اعتمدنا على تحليل البيانات والمعطيات الميدانية التي تم جمعها من خلال تواجدنا بالشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة، وهذا فيما يتعلق بأهم الممارسات الاتصالية وكيفية تفعيلها واستخدامات التكنولوجيا الحديثة للوقاية من وباء كوفيد 19.

هيكل الدراسة: تم تقسيم البحث إلى المحاور الآتية:

المحور الأول: التكنولوجيا الحديثة في خدمة الاتصال الداخلي للمؤسسات.

المحور الثاني: الإجراءات الاتصالية المتخذة من قبل الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة لمواجهة وباء كوفيد 19.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في حداثة الموضوع المعالج وأهميته البالغة والاهتمام والتوجه العالمي نحو معرفة تداعيات وباء كوفيد 19 وسبل مواجهته، وكذا رغبة المؤسسات الجزائرية في التوجه نحو إيجاد بدائل تتمثل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتفعيل استخداماتها في الاتصال الداخلي حتى تضمن استمرارية خدماتها من جهة وسلامة موظفيها من جهة أخرى.

أهداف الدراسة: هذه الدراسة تهدف إلى:

- التعرف على الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للاتصال في الوقاية من وباء كوفيد19.

- معرفة الآليات اللازمة لتفعيل الاتصال الداخلي بمؤسسة امتياز التوزيع ورقلة في ظل أزمة كوفيد 19.

- الإحاطة بأهم الاستراتيجيات والخطط المسطرة من قبل مؤسسة امتياز التوزيع ورقلة للوقاية من وباء كوفيد 19.

- معرفة الدروس والتجارب وكذا آفاق وتطلعات المؤسسة ما بعد أزمة كوفيد 19.

المحور الأول: التكنولوجيا الحديثة في خدمة الاتصال الداخلي للمؤسسات

- تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

1- تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

يعرفها" محمد منير حجاب "(حجاب، 2003، ص674) أنها الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتتمثل هذه الأدوات أساسيا في الحاسبات الإلكترونية، كما يعرفها أيضا" المعجم الإعلامي" (حجاب، المعجم الإعلامي، 2004،ص166) أنها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية، المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينا واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات .

أما "رولي rowley"(عبد الباسط، 2005، ص03) فيعرفها بأنها جمع وتخزين ومعالجة وبث باستخدام المعلومات، ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية hordware أو البرامج sofware ولكن كذلك على أهمية دور الإنسان وغاياته التي يرجوها من تطبيق واستخدام تلك التكنولوجيات والقيم والمبادئ التي يلجأ إليها لتحقيق خبراته.

التعريف الإجرائي: هي الوسائل والأدوات المتطورة التي تستخدمها المؤسسات للاتصال على المستويين الداخلي والخارجي، وتتضمن هذه التكنولوجيا: الحواسيب، شبكات الاتصال، وأجهزة تداول المعلومات، السلكية واللاسلكية، الهواتف والهواتف الذكية، وكذا البريد الإلكتروني. بغرض تحقيق الفعالية وتحسين الأداء.

2- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

1-2 الحاسوب:(سلطان، 2014، ص131) وسيلة إلكترونية صممت لاستقبال مجموعة كبيرة من البيانات بشكل آلي وتخزينها ومعالجتها إلى شكل نتائج ومعلومات مفيدة وقابلة للاستخدام بموجب مجموعة من التعليمات التي يطلق عليها اسم البرمجيات، تستخدمه المؤسسات لإنشاء قواعد معلومات داخلي البحث واستعراض المعلومات، واسترجاع تلك المخزونة بالذاكرة وكذا للطباعة والنشر سواء نشر مكتبي أو إلكتروني.

2-2 شبكة الانترنيت:(نور الدين، 2010، ص164) وهي مجموعة ضخمة من شبكة الاتصالات المرتبطة بعضها ببعض، وهي تنمو ذاتيا بقدر ما يضاف إليها من الشبكات، ويمكن للمشتركين فيها الحصول على المعلومات في أي موضوع في شكل نص مكتوب أو مرسوم، وهي ثمرة اندماج بين الحاسبات الآلية والاتصالات وعن طريقها يمكن للأفراد والمؤسسات الحصول على مزايا لا حصر لها، كالاتصال المباشر الدائم، خدمات البريد الإلكتروني، مواقع المحادثة الآلية، الاتصالات الصوتية والمرئية. ومن أهم ما تقدمه الأنترنت:

- **البريد الإلكتروني**: (حسين،2011، ص237) هو طريقة لإرسال الرسائل وملفات البيانات والمعلومات بوسائل إلكترونية من حاسوب لآخر، وتستخدمه المؤسسات لإرسال الرسائل النصية والصوتية وكذا الرسوم التي تساعدها في إدارة أعمالها دون تكاليف باهظة، مع اختصار للوقت حيث يمكنها من إرسال رسالة إلى عدة متلقين سواء كانت هذه الرسالة صوتية نصية أو فيديو، كما لا يستغرق إرسال الرسالة إلا عدة ثوان فقط للوصول، كما يمكنها من استخراج الرسائل من صندوق البريد حسب رغبتها.
- **مواقع الويب والتواصل الاجتماعي**: (عبد الحميد، 2011، ص206) يمكن الدخول إليها مجانا وتتضمن عدة سمات تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، أهمها عن طريق خاصيات معينة كلوحة الحائط أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل ألبومات وصور من أجهزتهم أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ الآخرين بأماكنهم وما يقومون به.

4-2 الهاتف النقال:(طوالبة، 2010، ص2044) وهو جهاز إرسال واستقبال الرسالة سواء كانت نصية أو صوتية بين طرفين أو أكثر، فهو يوفر أحدث

المعلومات والبيانات للمستخدمين على مدار 24 ساعة، ومن خدماته إمكانية إنشاء قنوات اتصال لعقد المؤتمرات بين الأفراد الذين يقيمون في أماكن متباعدة، وكذا ربط المنازل والمكاتب بأجهزة الحاسبات الإلكترونية المركزية، لإدخال البيانات وتحليلها واسترجاعها وأيضا الاتصال المباشر بقواعد البيانات.

5-2 الانترانت:(الخوري، 1998، ص120) هي شبكات معلومات للمؤسسات تستطيع من خلالها استخدام تقنيات شبكات الإنترنت؛ فهي نسخة خاصة من انترنيت متاحة فقط لأطقم الشركة أو المؤسسة للتشارك في نظامها ومعلوماتها تمَكن المؤسسات من التواصل المستمر مع عملائها ومستثمريها وتقوم من خلالها بنشر تقاريرها السنوية وتحصل من خلالها على المعلومات الضرورية لأعمالها بشكل أكثر سهولة وفعالية.

6-2 الاكسترانت:(العبدلي، 2011، ص223)، وهي شبكة داخلية تسمح لبعض شركاء العمل الخارجيين بالدخول لها لأسباب استراتيجية وعادة ما يكون الوصول إلى المعلومة فيها جزئيا، وتقوم على فتح شبكة إنترانت خاصة ليدخل إليها شركاء خارجيون مختارون بواسطة كلمات السر، وتستعمل بصفة خاصة في برامج التعاون الاقتصادي بين المؤسسات، فهي نتاج لتزاوج كل من الانترنت والانترانت وتعني علاقة جديدة بين المؤسسة وبين عملائها وشركائها.

3- آثار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة:

- **زيادة الدقة في أداء الموظفين**: فالوسائل الاتصالية الحديثة تعمل على الانتفاع من التغذية العكسية المتحققة من عملية الاتصال بسرعة كبيرة، مما يساهم في تحقيق الهدف الذي تسعى إليه الرسالة، وهذا يؤدي إلى جعل الأعمال دقيقة وواضحة، (كاوجة،2013، ص158).

- **سهولة الاتصال بين الموظفين**: حيث ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقليص فترات الاتصال إلى أدنى الحدود، وتوفير الوقت اللازم لإتمام العملية الاتصالية، وبالتالي إيصال الرسالة ليس فقط بسرعة هائلة وإنما أيضا في الوقت الحقيقي، ومن شأن ذلك ضمان لسهولة الاتصال الداخلي للمؤسسة.

- **السير الحسن للعمل**: استخدام وسائل اتصالية حديثة في القيام بمختلف الأعمال داخل المؤسسة أدى إلى سير العمل على أحسن وجه، وذلك عن طريق

ضمان أعلى درجات الكفاءة والفعالية والجودة، حيث أسهمت الإنترانت، الحاسوب، البريد الإلكتروني، الهاتف النقال في نقل المعلومات والحصول عليها بدقة متناهية ووضوح عالٍ، وهذا بدوره أدى إلى تقليص حالات التشويش داخل المؤسسة .

-العمل الجماعي عن طريق مجموعة الحواسيب المرتبطة ببعضها البعض بشبكة الأنترانت، وهذا ما يقلل من انتشار الشائعات داخل المؤسسة، إضافة إلى وصول المعلومة بكل صدق وموضوعية.

الاتصال الداخلي:

2- **تعريف الاتصال الداخلي:**

هو عملية يتم عن طريقها إيصال المعلومات من أي عضو في الهيكل التنظيمي إلى عضو آخر بمقصد إحداث التغيير، فهو العملية التي تهدف إلى تجميع وتوفير أو إنتاج البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار حياة المؤسسة، وتعرفه "الجمعية الفرنسية"(HALL, 1972, p20) على أنه مجموعة المبادئ والتطبيقات التي تهدف إلى تشجيع سلوك الاستماع، تسهيل تمرير ونشر المعلومات، تسهيل العمل الجماعي المشترك وترقية قيم المؤسسة من أجل تحسين الفعالية الفردية والجماعية فيها (أبو قحف،2001،ص222).

التعريف الإجرائي: هو تلك العملية الديناميكية القائمة على تبادل المعلومات والأفكار والقرارات بين طرفي العملية الاتصالية داخل المؤسسة باستخدام وسائل شخصية أو كتابية أو إلكترونية، والهادفة إلى تحقيق التفاهم والتفاعل بين أعضائها بما يسهم في تطورها واستمرارها وإنجاز المهام والوظائف المختلفة.

2. **وظائف الاتصال الداخلي:**

ويقصد بوظيفة الاتصال مدى استعمال الاتصال في مختلف الظروف لتحقيق أهداف معينة، وتأثير هذا الاتصال في عملية التنظيم بصفة عامة وهي تتلخص فيما يلي (عياصرة والعودة، 2006، ص26):

- التعبير عن الانفعالات والعواطف من إحباط وقناعات لإدارة المؤسسة ولزملاء العمل، يضاف إلى ذلك أن الاتصال يهيء ميكانيكية معينة يستطيع الأفراد عن

طريقها مقارنة الاتجاهات وحل الغموض بشأن أعمالهم والأدوار التي يقومون بها، وكذلك مناطق الصراع بين الأفراد والجماعات.

- تحفيز وتوجيه ورقابة وتقويم أداء أعضاء المؤسسة، من إصدار الأوامر ومكافأة السلوك والأداء ومراجعة الأداء وتقويمه، حيث يتضمن تحديد المهمات وتدريب المرؤوسين وتطويرهم للقيام بعملية الاتصال.

- توفير المعلومات الضرورية لاتخاذ القرار، يكون للاتصال هنا توجيه تقني كمعالجة المعلومات وطرائق تحسين دقة قنوات الاتصال التي تحمل المعلومات إلى الفرد والجماعة والقرارات التنظيمية.

- الرقابة: يرتبط الاتصال بالهيكل التنظيمي ارتباطا محكما، حيث تحاول المؤسسات السيطرة أو فرض الرقابة على نشاطات الأفراد من خلال الهيكل التنظيمي باستخدام قنوات الاتصال الرسمي على اعتبار أن الهياكل التنظيمية تمثل قنوات الاتصال داخل المؤسسات.

- وظيفة الإنتاج: إن عملية الإنتاج هي التي تحدد سر الإنتاج من حيث كميته، وتحسين نوعيته، كما تعد التوجهات المرتبطة بالتنفيذ والأداء كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب عن العمل أو إبداء الإعجاب والإعلان والأداء الجيد لعمل وإرسال المذكرات، أو عقد الاجتماعات لمناقشة المشاكل ورفع الأجور بالإضافة إلى رفع الإنتاج.

- وظيفة الإبداع: والمقصود بها إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المؤسسة، وتعتبر وظيفة الإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة، وذلك ناجم عن المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف للتغيير التنظيمي، فالروتين والمؤسسة والتقنين تعتبر من أهم العقبات التي تقف في وجه الإبداع .

- وظيفة الصيانة: يتمثل دور الاتصال في مجال الصيانة في أداء المهام الرسمية الثلاثة وهي حفظ الذات، وما يرتبط به من العواطف والمشاعر وتغيير موقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيها، وكذا ضمان استمرارية الإنتاج والإبداع.

الإجراءات التي اتخذتها المؤسسات لمواجهة أزمة كوفيد 19:

أدى وباء كوفيد 19 إلى تقليص عمليات العرض والطلب نتيجة إجراءات الإغلاق وإيقاف الإمدادات الأساسية ومجموعة كبيرة من عمليات الشراء، وما زال متوقعا أن تكون النتيجةُ هبوطًا حادًّا في النشاط الاقتصادي، لذا وجب على المؤسسات باختلاف أحجامها ونشاطاتها أن تتخذ الإجراءات اللازمة لتأمين أعمالها ضد هذا الانهيار، وعلى صعيد آخر التفكير في طرائق وأساليب تسييرية أكثر مرونة لضمان سلامة موظفيها والحفاظ على صحتهم.

1- ماهية الوباء العالمي كوفيد 19:(الصحة العالمية، 2020، ص03)

مرض كوفيد هو مرض معد يسببه فيروس كورونا المكتشف مؤخرا في مدينة يوهان الصينية في ديسمبر 2019، ويعد فيروس كورونا المستجد(2 CoV- SARS) سلالة جديدة لم يسبق تحديدها وإصابتها للبشر من قبل، وقد أعلنت اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات تسمية فيروس كورونا 2 المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم(2 CoV-SARS) اسما رسميا للفيروس الجديد في فيفري 2020، وأعلنت اللجنة ومنظمة الصحة الدولية أن "كوفيد-19 " هو الاسم الرسمي لهذا المرض الجديد الذي يسببه هذا الفيروس... وتشمل أعراض مرض كوفيد-19 الحمى والإرهاق والسعال الجاف، احتقان الأنف والصداع، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، وظهور طفح جلدي، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جدا، ويتعافى معظم الناس من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، ولكن الأعراض قد تشتد عند بعض الأشخاص المصابين بمرض كوفيد-19 من صعوبة في التنفس.

وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب والرئة أو السكري أو السرطان وقد تؤدي إلى الوفاة، وينتشر المرض بشكل أساسي من شخص مصاب أو حامل للفيروس إلى شخص آخر عن طريق جزيئات الرذاذ الصغيرة التي تنتشر من أنفه أو فمه عندما يسعل أو يعطس أو يتكلم. ويمكن أن يصاب الأشخاص بمرض كوفيد-19 إذا تنفسوا هذه الجزيئات من شخص مصاب بعدوى الفيروس، لذلك من المهم الحفاظ على مسافة تباعد متر ونصف على

الأقل بين الأشخاص وكذا غسل اليدين جيدا بالماء والصابون، وقد تظهر علامات وأعراض كوفيد 19 بعد يومين إلى 15 يوما من التعرض للفيروس، ويمكن أن يسبب المرض مضاعفات طبية شديدة ويؤدي إلى الوفاة بالنسبة لبعض الأشخاص.

1. إجراءات الوقاية من وباء كوفيد 19 بالمؤسسات:

فرضت أزمة مرض كورونا المستجد تحديا على غالبية المؤسسات، كما غيرت من أساليب وطرائق تسييرها، ولم يعد هناك خيار لمزاولة أعمالها ووظائفها كالمعتاد، مما حتم عليها أن تبدأ بوضع وتنفيذ خطة لدعم موظفيها والحفاظ على سلامتهم وذلك انطلاقا من تقديم التوجيهات بشأن كيفية التعامل مع مرض كورونا المستجد بما يتفق مع المبادئ التوجيهية لمنظمة الصحة العالمية، مع توفير الاستقلالية لهم حتى يشعروا بأنهم مخولون للتعامل مع أي وضع يتضمن تطورات سريعة، ويصحب هذه الاستقلالية توفير مساحة آمنة للموظفين للتعبير عما يشعرون به، إلى جانب متابعة الالتزام بالسياسات المستحدثة، وهناك العديد من الإجراءات يمكن أن تساعد المؤسسات والموظفين في هذا الصدد كوسيلة مساعدة أثناء التفكير في كيفية إدارة الأزمة، وهي عبارة عن مبادئ توجهية ولا يمكن أن تصبح شاملة ومفصلة إلا بالتحليل الدقيق للوضع الخاص بكل مؤسسة، وأهم هذه الإجراءات(الموارد البشرية، 2020، ص ص18-20):

على مستوى الحفاظ على صحة وسلامة الموظفين:

تطبيق العمل عن بعد والحرص على تأهيل القوى العاملة لتطبيق العمل عن بعد في أي وقت مع تعزيز التقارب الاجتماعي بين الموظفين، وتحديد الخطوات والموارد الأساسية المطلوبة في سيناريوهات مختلفة لتمكين العمل عن بعد، وكذا توفير أفضل الممارسات والأدوات والتوجيهات لفرق العمل عن بعد، ومن الضروري أن يكون الوصول للتكنولوجيا والأدوات المطلوبة كالكمبيوتر والهاتف والانترنت سهلا ومتاحا، كما يجب أن يكون هناك اتفاق الفريق بأكمله على الانخراط بشكل كامل في البرنامج التجريبي للعمل عن بعد بوضع قواعد واضحة للتوقيت والموقع، والاتفاق على أن يعمل الجميع من المنزل، وعلى المؤسسة الإبلاغ على الفور بالتغييرات التي تطرأ على طبيعة الحضور والانصراف، كما يُتوقع من الفريق

بأكمله التقيد بأوقات العمل المنتظمة خاصة عمليات إدارة المشاريع والاجتماعات الافتراضية لمناقشة التطور وتحديات تنفيذ الخطة اليومية، أما بالنسبة لجميع الأمور التي تتطلب استجابة فورية، فإن المكالمة الهاتفية أو الرسائل النصية هي أفضل طريقة للتواصل، وكل هذا لا يتأتى إلا بالاستثمار في التكنولوجيا وتطوير بنيتها التحتية في المؤسسة وتعزيز روح العمل الجماعي بين الموظفين.

على مستوى تعزيز إجراءات الصحة والنظافة بالمؤسسة:

وذلك بتشجيعّ النظافة الفردية للموظفين عن طريق توفير تعليمات وإرشادات النظافة العامة للتوعية بالعادات الصحية عن طريق الملصقات والنشرات الافتراضية التي تشرح أهم العادات، ووضعها أيضا على صفحات الانترنت والانترانات وتكون متاحة على مدار الساعة، مثل: كيفية تنظيف اليدين، وتوفير أدوات التنظيف، وتوجيه الموظفين للحفاظ على المسافة الاجتماعية فيما بينهم من 1.5 إلى 02 متر، كما يجب تنظيف وتعقيم مرافق المؤسسة ومراقبة صحة الموظف عبر فحص درجة الحرارة يوميا، وهنا يتوجب توفير مقاييس حرارة وأقنعة واقية في مدخل المؤسسة.

على مستوى إدارة مرونة القوى العاملة:

وذلك بتحديد عبء العمل وإعادة تقسيمه بالتساوي على أفراد الفريق وفقا للتعديلات المتوقعة، مع تحديد كيف وأين توجد حاجة لتشغيل العمليات بقدرة مخفضة وما هي أكثر المهارات المطلوبة، ومكان تركيز جهود التعلم والتطوير وتنظيم الأنشطة التدريبية، وفقا لذلك يحتاج فريق القيادة إلى مناقشة حول" الموظفين مقابل الربح"، والتوافق حول مجموعة من المبادئ لتوجيه عملية صنع القرار، والاستفادة من جميع الخيارات المتاحة لضمان مرونة وقت العمل بناء على التطورات المختلفة المحتملة للأزمة.

على مستوى ثقافة الاتصال والدعم:

وذلك عن طريق التواصل بانفتاح وتعاطف وتحديد أفضل قنوات الاتصال والممارسات والتردد، وإنشاء قناة تفاعلية لمعالجة مخاوف الموظفين وأسئلتهم وأفكارهم، وكذا التأكد من أن جميع الموظفين لديهم إمكانية الوصول إلى الاتصالات على الفور، مع إعداد قناة اتصال خارجية بشأن القضايا المتعلقة

بالمتعاملين، وتفويض أحد المديرين التنفيذيين في المؤسسة ليكون مسؤولا عن تنظيم التواصل مع الموظفين والمتعاملين، مع الحرص على إرسال تحديثات متكررة عن الوضع والقواعد والمبادئ التوجيهية ومعالجة الشائعات المتزايدة بين الموظفين والجمهور، وكذا توفير خط ساخن للأمور الطارئة، وتنظيم اجتماعات افتراضية مفتوحة حول كيفية تجنب وتشخيص ومعالجة كوفيد 19، وتوسيع نطاق المعلومات إلى أسر الموظفين.

على مستوى التضامن:

ويكون أولا بتعليم وتدريب قادة ومديري الخطوط الأمامية في المؤسسة، مع التركيز على التنقل والزيارة في أوقات الأزمات، والحفاظ على مشاركة عالية من الموظفين والتعاطف معهم، ووضع تدابير واستجابات لسيناريوهات أسوأ الحالات، مع مواصلة دعم الموظفين وأسرهم وتعزيز التضامن معهم ومساعدتهم بضمان الاتصال الدائم معهم لطمأنتهم.

على مستوى الجاهزية الرقمية:

تحديد وتقييم الحاجة المتزايدة للأجهزة وتسليمها وفقا لزيادة العمل عن بعد، مع زيادة ومراقبة مخزون المؤسسة من الأجهزة أي الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وسماعات الرأس وكابلات الشاحن والمحولات والأجهزة الأخرى، ثم تحديد النقص المحتمل للمنتجات وإعداد خطط الطوارئ بعض الأدوات التقنية التي يمكن استخدامها لتعزيز التعاون الفعال خلال التواصل الافتراضي.

على مستوى توفير البرمجيات والأدوات المناسبة:

حيث يتعين على المؤسسة تحديد أفضل تطبيقات التواصل عبر الفيديو وتطبيقات اجتماعات الفرق الافتراضية، وضمان الوصول المشترك الآمن للملفات، مع ضمان الشفافية للوصول إلى أدوات التعاون الرقمي، وهذا يتطلب أيضا إنشاء تكنولوجيا اتصالات الطوارئ وتدريب الموظفين على التقنيات الحديثة بتطوير الدورات التدريبية الرقمية والمواد حول العمل عن بعد لفئات مختلفة، وكذا بناء فرق لدعم التكنولوجيا وإعداد التوجيهات حول الأمن الإلكتروني وإنشاء مواد التعلم، والحرص على تطبيق أفضل الممارسات في الفريق الافتراضي.

المحور الثاني: الإجراءات الاتصالية المتخذة من قبل الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة لمواجهة وباء كوفيد 19:

1- التعريف بالشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة وأسباب اختيارها:

امتياز توزيع الكهرباء والغاز بورقلة الواقعة بمقر الولاية هي المؤسسة المختارة لدراستنا الميدانية، وهي إحدى مديريات توزيع الكهرباء والغاز التابعة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز- ناحية التوزيع الوسط التي مقرها البليدة، وهي فرع من فروع الشركة الوطنية للكهرباء والغاز والتي أصبحت حاليا تحت اسم مجمع سونلغاز، واختيارنا للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز امتياز التوزيع ورقلة كمجال للدراسة الميدانية لم يكن عشوائيا بل نتيجة لعدة اعتبارات وأسباب؛ حيث اجتازت هذه المؤسسة خطواتها الأولى نحو تحقيق إدارة إلكترونية بها، فمن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها لاحظنا توفر العديد من مقومات التكنولوجيا الحديثة من أجهزة كمبيوتر وبالعدد الكافي، شبكات اتصال هاتفية داخلية وخارجية بالإضافة إلى موقع المؤسسة على شبكة الانترنت. ناهيك عن وجود شركة من فروع مجمع سونلغاز متخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي مؤسسة **ELIT** وهي اختصار التسمية EL Djazair information Technologie وهي شركة ذات أسهم SPA أنشأت من طرف مجمع سونلغاز في 2009/01/01، الجزائر لتكنولوجيا المعلومات" إيليت" هي شركة جزائرية تضم أكثر من 300 مهندس كمبيوتر، وأكثر من 40 عميلا وبنية تحتية آمنة ومتاحة للغاية، بالإضافة إلى الجوانب المعترف بها في مجال تكنولوجيا المعلومات، وشبكات الكمبيوتر، وتطوير مواقع الويب، والرسائل الإلكترونية، وما إلى ذلك، تضمن ELIT أمان أنظمة المعلومات عبر نظام أمان متطور بموارد بشرية 100٪ جزائرية.

2.أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى امتياز التوزيع ورقلة:

1-2 الحاسوب: يجدر الإشارة إلى أن اهتمام المؤسسة بمجال الإعلام الآلي والبرمجيات يظهر من خلال وجود قسم تسيير المنظومات والمعلوماتية في كل المديريات والذي يتكفل ببرمجة وصيانة كل الحواسيب بالمديرية

وتطوير البرامج بها ومراقبة وصيانة شبكاتها الداخلية، حيث يتكفل بذلك مجموعة من المهندسين والتقنيين في الإعلام الآلي، كما يتوفر امتياز توزيع الكهرباء والغاز ورقلة في حضيرة أجهزة الإعلام الآلي على 342 جهاز كمبيوتر موزعة على 160 مكتبا حيث يقدر عدد عمالها ب 725 عاملا.

2- 2 شبكة الأنترنت: تتوفر المديرية على شبكة أنترنيت عالية التدفق إلا أنها غير متاحة لجميع العمال نظرا للحماية التي توفرها المؤسسة ضد الاستغلال غير المهني لهذه الشبكة حيث لا تتوفر الشبكة إلا عند الإطارات مع حظر الوصول والولوج لبعض المواقع من طرف ELIT.

3-2 شبكات الاتصال الداخلية: فهي متواجدة في المؤسسة منذ 2004 حيث اعتمد قسم تسيير المنظومات المعلوماتية برنامج (**Kerio connect**) وهو بمثابة شبكة اتصال داخلية (**انترانات**) تربط مختلف المصالح والأقسام داخل المؤسسة والذي يأخذ واجهة معينة حيث يسمح بتبادل مختلف المعلومات والملفات.

4-2 شبكة الاتصال الخارجية: أما برنامج (**Tansik**) والذي يمثل شبكة اتصال خارجية (**اكسترانت**) فيربط المؤسسة بفروع الشركة الأم في مختلف ربوع الوطن، ويعد فرعELIT التابع لمجمع سونلغاز المسؤول عن إنتاج وتسيير وصيانة هذا البرنامج الذي يعتمد على خادم خاص بمجمع سونلغاز، ويمكن تبادل المعلومات بواسطته مع القدرة على الولوج للموقع عن طريق شبكة الانترنيت.

5-2 تقنية تيلي رولاف TELRELEVE: وهي أحدث التقنيات الرائدة في العالم التي تمكننا من رصد الاستهلاك من عدادات الكهرباء عن بعد، عن طريق شريحة تكون مثبتة في عداد الزبون(داخل مودام)، حيث يرسل هذا العداد قيمة الاستهلاك عن طريق نظام GSM، وهذه التكنولوجيا متاحة حاليا فقط لزبائن التوتر المتوسط وبالنسبة لزبائن التوتر المنخفض الشركة قيد إنجاز مشروع العداد الذكي يعمل بنفس مبدأ TELERELEVE .

6-2 نظام سكادا SCADA: هو تكنولوجيا عالمية تمكن من تتبع الشبكة الكهربائية حيث يمكن من معرفة الأعطاب في وقتها وكذا يمكن من قطع وإرجاع التيار الكهربائي.

7-2 خدمة SMS ING: وهي إرسال مبالغ الاستهلاك للزبائن(الفواتير) عن طريق إرسال SMS يحتوي على مبلغ الفاتورة.

8-2 خدمة تسديد الفواتير عن طريق الأنترنيت: قامت المؤسسة بتخصيص رابط في الموقع www.sadeg.dz يمكن الزبون من تسديد فاتورته دون الانتقال للوكالات التجارية أو مراكز البريد.

8-2 تقنية المؤتمرات عبر الفيديو: يعد تكامل مؤتمرات الفيديو داخل الشركة ميزة رئيسية، ابتكرت ELIT حلا ببرنامج "**مباشر**" لعقد المؤتمرات عبر الفيديو بهدف ربط الأشخاص لإيجاد تجربة احترافية رائعة وتقليل التكاليف والتأخيرات، ويسمح برنامج "Moubachir" للموظفين بالاتصال من خلال نظام مؤتمر صوتي و/ أو فيديو على الويب.

3. الإجراءات المتخذة من طرف مجمع سونلغاز لمواجهة كوفيد 19:

لمكافحة انتشار وباء كورونا طبق مجمع سونلغاز مخططا وقائيا في صفوف عماله مع استمرارية خدماته، وفور ظهور أولى علامات الإنذار المتعلقة بالوباء الذي تواجهه كامل المعمورة على الصعيد العالمي قامت إدارة مجمع سونلغاز في اتخاذ الإجراءات الوقائية الرامية إلى مواجهة فيروس كورونا المستجد(كوفيد-19)، وهذا إلى جانب تبنيها للإجراءات المقررة من قبل السلطات العمومية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-69 الصادر في 21 مارس 2020"، وفي هذا الإطار تم تنصيب خلية أزمة برئاسة الرئيس المدير العام للمجمع بإشراك كافة الفروع، وخلال أولى اجتماعات هذه اللجنة من 15 إلى 23 مارس تقرر اتخاذ 28 توصية في مرحلة أولى أهمها:

- تقليص عدد العمال بمكان العمل مطابقة لتوصيات طب العمل والمديرية التنفيذية للرأسمال البشري من خلال تسريح العمال الذين يعتبر وضعهم الصحي هشا أمام الاحتكاك البشري، والنساء اللائي لديهن أطفال صغار والعمال الذين يمكن الاستغناء عن مهامهم في الوقت الراهن، ومن ثم تم التسريح الاستثنائي لأكثر من 50% من العمال مع غلق كل المطاعم الجماعية مع اتخاذ إجراءات خاصة بالنسبة لقواعد الحياة.

- تحديد العمال والمهام الأساسية الكفيلة بضمان استغلال نظام الكهرباء والغاز مع إعداد كل مؤسسة لمخطط استعجالي، مع الحرص على ضمان استمرار الخدمة.

- تنصيب خلية أزمة بامتياز التوزيع ورقلة يترأسها مدير التوزيع وخلية تسيير الأزمة التي يترأسها المكلف بالأمن.

- توفير أدوات الوقاية اللازمة لصالح موظفيها(كمامات وقفازات ومعقمات...) مع التنظيف والتعقيم المنتظم للفضاءات ومضاعفة الحملات التحسيسية.

- تشجيع العمل عن بعد بالنسبة للعمال المسرحين، والعمال غير المسرحين، وذلك باستعمال التقنيات المتاحة كبرنامج:

- **KEREO CONNECT** وهذا لغرض تبادل الرسائل والمعلومات بين العاملين داخل المؤسسة(شبكة انترانات)، مما يمكن الأشخاص من التقليل من الالتقاء المباشر وضمان أحد قواعد السلامة(التباعد الجسدي) كما أن ذلك يسهم في التقليل من الملامسة المتكررة والمتداولة للوثائق، الأمر الذي قد يضاعف من انتشار الوباء في وسط العمال.

- **برنامج الاكسترانيت:** بالنسبة للعمال المسرحين الذين يمكنهم الولوج إلى الانترنات واستخدام برنامج تنسيق TENSIK حيث يمكنهم هذا الأخير من متابعة أعمالهم في منازلهم، الأمر الذي يكون أكثر سلامة بالنسبة لهم خاصة وأنهم فئة أكثر عرضة للإصابة.

- **عقد الندوات عن بعد:** بالنسبة لاجتماعات التنسيق وغيرها من الاجتماعات الضرورية، والتي كانت لها عائدات اقتصادية معتبرة، من حيث تخفيض التكاليف المتعلقة بمهمات العمل التي تتطلب السفر للإجراء اجتماعات في المديرية العامة، من نقل وإطعام وإسكان وغيرها، ناهيك عن تجسيد التباعد الجسدي وعدم تناقل المرض بين الأشخاص خاصة وأن المديرية العامة بالولاية اعتبرت من أوائل بؤر الوباء(ولاية البليدة).

- **تقنية تيلي رولاف TELRELEVE ونظام سكادا SCADA وخدمة SMS ING** والتي مكنت من تقليص حركة العمال المكلفين برصد الاستهلاك من

عدادات الكهرباء، ومراقبة الأعطاب في الشبكة وتوزيع الفواتير وذلك بعدم تنقلهم لمختلف الأحياء مما يحد من خطر العدوى.

- **خدمة تسديد الفواتير عن طريق الأنترنيت**: هذه الخدمة تقلل من توافد الزبائن على الوكالات التجارية الخاصة بالمديرية مما يسهم في الحد من انتشار الوباء وعدم استيراده عن طريقهم.

إلى جانب ماديات العمل الإلكتروني التي توفرها المؤسسة، تجدها تقوم بحملة تحسيسية واسعة لموظفيها تبين فيها كيفية الحماية من الإصابة بفيروس كورونا وذلك بالاستعانة بالوسائل التكنولوجية سالفة الذكر حيث يتم نشر بعض المنشورات بواسطة الأنترنت والانترانات والاكسترانيت وهذا بالتنسيق مع كل من مصالح طب العمل والمكلف بالاتصال والمكلف بالأمن، وقد نجحت المديرية إلى حد كبير في تطبيق شروط السلامة والأمن لموظفيها وزبائنها للحد من انتشار الوباء في الوسط التنظيمي وخاصة من خلال تكريس ثقافة التباعد الجسدي.

نتائج الدراسة:

- تتوفر مديرية امتياز التوزيع ورقلة على وسائل وتقنيات حديثة ساعدتها على توفير جو من التفاعل البيني الإلكتروني يجسد قاعدة التباعد الجسدي بين الأفراد لحمايتهم من الإصابة والتناقل لوباء كوفيد 19.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة تسهل نقل المعلومة بشكل إلكتروني بعيدا عن استعمال الورق والطرائق التقليدية، وإلى جانب الوسائل المتوفرة نجد أن المؤسسة محل الدراسة توفر خدمة تحميل بعض الوثائق من موقعها على شبكة الإنترنت، وهو ما يدعم العمل الإلكتروني بالمؤسسة.
- الشبكات المتاحة داخل المديرية تربط الموظفين والإطارات ببعضهم البعض، وتمكنهم من الاتصال بينهم وبين الفروع الأخرى.

خاتمة:

إن الأحداث التي تعيشها المؤسسات اليوم دفعت بها إلى أن تتخذ قرارات مهمة، وفي أسرع وقت، وجوهر هذه القرارات متعلق بالأساس بإدارة المخاطر والأزمات وتفعيل الاتصال واستخدامات التكنولوجيا حيث إن وضع خطة وقائية

ليس ترفًا، بل على المؤسسات أن تحضر نفسها جيدا في أوقات الاستقرار، حتى تتفادى المخاطر الكبيرة وقت حدوث الأزمات. ذلك أن العالم بكل ما فيه من أنظمة سيكون فيما بعد كوفيد 19 مختلفًا، ولم يعد بوسع المؤسسات إلا متابعة الأحداث والاستعداد بتسجيل أبرز الدروس التي علمتها إياها الأزمة الحالية.

المراجع:

1. HALL, R. (1972). Organisation: structure and process. New Jersey: New Jersey University.
2. أسامة سمير حسين، (2011). ثورة الحاسوب والاتصالات، الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع.
3. بشير كاوجة، (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف- قسم نظم المعلومات ومراقبة التسيير، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.
4. حسين محمد عبد الباسط، (16 مارس, 2005)، التطبيقات والأساليب الناجحة لاستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تعليم وتعلم الجغرافيا. (جمعية التنمية التكنولوجية والبشرية، المحرر) مجلة التعليم بالأنترنت.
5. سمير عبد الرزاق العبدلي. (2011). وسائل الترويج التجاري (مدخل تحليلي متكامل) (المجلد الطبعة الأولى). عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
6. صالح محمد عبد الحميد. (2011). العالم الجديد (المجلد الطبعة الأولى). القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر.
7. صدى الموارد البشرية. (19 08, 2020). أولويات الموظفين في الاستجابة لوباء كوفيد 19. تاريخ الاسترداد 28 09, 2020، من بوابة الموارد البشرية: https://www.fahr.gov.ae/Portal/Userfiles/Assets/Magazines/c52e0
8. عبد السلام أبو قحف. (2001). اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي. مصر: مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية.
9. عصام نور الدين. (2010). إدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة (المجلد الطبعة الاولى). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
10. علي عياصرة، و فاضل محمد العودة. (2006). الاتصال الإداري وأساليب القيادة الإدارية في المؤسسات التربوية. الأردن: دار الحامد.

11. محمد صاحب سلطان. (2014). مبادئ الاتصال الأسس والمفاهيم (المجلد الطبعة الأولى). عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
12. محمد منير حجاب. (2003). الموسوعة الإعلامية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
13. محمد منير حجاب. (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
14. منظمة الصحة العالمية. (23 سبتمبر, 2020). فيروس كورونا (كوفيد 19). تاريخ الاسترداد 25 09, 2020، من منظمة الصحة العالمية: https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-
15. هادي محمد طوالبة. (2010). تكنولوجيا الوسائل المرئية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
16. هاني شحادة الخوري. (1998). تكنولوجيا المعلومات على اعقاب القرن الواحد والعشرون. دمشق: مركز الرضا للكمبيوتر.

صفحة الفايسبوك لوزارات الصّحة العربية خلال جائحة كورونا: بين صناعة الخوف وتعزيز التوعية الصّحية

-دراسة تحليلية لصفحة وزارتي الصحة الجزائرية والسعودية على الفايسبوك خلال الفترة الممتدة من شهر ماي إلى أكتوبر2020 –

ط.د/ داودي وداد
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي / مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة جامعة قسنطينة3 / daoudi.widad@univ_oeb.dz

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مضامين صفحات الفايسبوك لوزارات الصحة بالدول العربية خلال جائحة كورونا قصد الكشف عن دورها في تعزيز التوعية الصحية بالاعتماد على المنهج المسحي على عينة عشوائية منتظمة من مجموع منشورات صفحتي وزارة الصحة الجزائرية ونظيرتها السعودية، وبالاعتماد على استمارة تحليل مضمون 95 منشورا من صفحة وزارة الصحة الجزائرية و122 منشورا من صفحة وزارة الصحة السعودية خلال شهري ماي وأكتوبر 2020، كما تم الاعتماد على المنهج المقارن لمقارنة البيانات المحصل عليها من الدراسة التحليلية للصفحتين.

كشفت الدّراسة أن شكل الصفحتين يتوافق مع طبيعة المنشورات والجمهور المستهدف، أمّا من حيث المضمون فصفحة وزارة الصحة السعودية أكثر ثراء من نظيرتها الجزائرية فيما يتعلق بالمواضيع المتعلقة بالفيروس وسبل الوقاية، من خلال نشر رسائل التوعية بمختلف أشكالها وبأساليب متنوعة، وأوصت الدّراسة بضرورة استمرارية صفحات وزارات الصحة العربية بنشر الأخبار المتعلقة بالفيروس ومواكبة كل المستجدات باعتبارها الهيئة الرسمية الأولى المكلفة بالإعلام والتوعية في ظل انتشار الأخبار المضللة التّي تخلق الخوف وتمارس ضغطا نفسيا على الأفراد.

الكلمات المفتاحية: صفحات الفايسبوك، وزارات الصّحة العربية، التوعية الصحية، جائحة كورونا.

مقدمة:

شكلت أزمة كورونا حدثا غير متوقع للعالم بأسره؛ إذ إنها قلبت أجندات دول بأكملها على جميع الأصعدة السياسية، الاقتصادية، الجيوسياسية، الاجتماعية وحتى الإعلامية التي لم تكن بمنأى عن هذه الاختلالات التي فرضتها الجائحة، فنجد أنّ مختلف الهيئات الرسمية للدّول قد سخرّت قنوات اتصالية خاصة بها لممارسة دورها التوعوي وما تقتضيه عليها مسؤوليتها الاجتماعية لاسيما الهيئات التي لها علاقة مباشرة بالوباء وعلى رأسها وزارات الصّحة.

ونظرا لجماهيرية الفايسبوك وشعبيته فإنّ مختلف المؤسسات قد اتخذت منه منبرا تفاعليا للتواصل المباشر مع الجماهير وبعث رسائل اتصالية وحملات توعوية من شأنها تحسيس المواطنين بخطورة الوضع، وبالإجراءات الوقائية التّي من شأنها الحدّ من انتشار الفيروس وعليه جاءت دراستنا للبحث في دور صفحات الفايسبوك الخاصة بوزارة الصّحة الجزائرية والسعودية كنموذج من الوزارات العربية وكيفية استغلالها لهذه المنصة خلال أزمة كورونا، وقد كان التّساؤل الرئيسي للدّراسة كالتالي: **ما دور صفحات الفايسبوك لوزارات الصّحة العربية خلال أزمة كورونا؟**

التساؤلات الخاصة بفئات الشكل:

- ما هي اللغة المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الجزائرية والسعودية على الفايسبوك خلال أزمة كورونا؟

- ما هي الوسائط المستخدمة في عرض منشورات الصّفحات محل الدّراسة خلال أزمة كورونا؟

- ما هي القوالب التي تعتمد عليها الصفحات محل الدّراسة في نشر مضامينها خلال أزمة كورونا؟

ما هي الاستمالات الاقناعية التي تعتمد عليها الصفحات محل الدراسة خلال أزمة كورونا؟

التساؤلات الخاصة بفئات المضمون:

- ما طبيعة المعلومات التي تنشرها الصّفحات محل الدّراسة حول فيروس كورونا؟
- من هي الشخصيات الفاعلة التي توظفها الصّفحات محل الدّراسة في منشوراتها الخاصة بفيروس كورونا؟
- ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصفحة في عرض المنشورات الخاصة بفيروس كورونا؟
- ما هي الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمدها الصفحات محل الدّراسة خلال أزمة كورونا؟

1. الإطار المفاهيمي للدّراسة:

1.1 أهمية الدّراسة:

تنبع أهمية الدّراسة من أهمية الموضوع ذاته، كونه يعالج أزمة أقل ما يقال عنها إنها حديث السّاعة على مستوى العالم وهي أزمة كورونا، فضلا عن أنّ الدراسة تحاول تحليل مضامين صفحة الوزارات التي لها ارتباط وثيق بالأزمة، إذ نجد أنّ الجمهور وقت الأزمة يترقب ويرغب في المعلومات التي تنشرها المؤسسات ذات الصلة المباشرة بالموضوع سواء عبر القنوات التلفزيونية أو الإذاعية أو عبر المنصات الإلكترونية.

2.1 أهداف الدّراسة:

- تحديد ممارسات وزارات الصحة العربية عبر صفحتها على الفايسبوك في تعزيز السلوك الوقائي للجمهور إزاء جائحة كورونا.
- رصد أهم الاستمالات الإقناعية التي تعتمدها الصفحات محل الدّراسة في إقناع الجمهور بخطورة الفيروس وتعزيز السلوكات الوقائية.
- التعرف على طبيعة المعلومات الخاصة بفيروس كورونا والتي تعرضها الصفحتان محل الدّراسة.
- تقييم المساهمة الإعلامية والتوعوية للصفحات محل الدراسة من خلال التعرف على أوجه التخويف، وكذا أوجه التوعية الصحية التي تقدّمها للجمهور عبر منشوراتها.

- رصد أهم الاستراتيجيات الاتصالية التّي تعتمدها وزارات الصحة العربية عبر صفحاتها الفايسبوكية خلال أزمة كورونا والخاصة باتصال الأزمات.

3.1 ضبط المفاهيم والمصطلحات:

صفحات الفايسبوك: يصف الفايسبوك الصفحات بأنها صوت أي شخصية عامة أو منظمة للانضمام إلى المحادثة مع مستخدمي الفايسبوك على الملف الشخصي(Justin , 2010, p. 44).

تقوم فكرة صفحات الفايسبوك على إنشاء وتصميم صفحة يتم فيها وضع بيانات مختلفة باختلاف توجه الصفحة والهدف من إنشائها، تتميز بخاصية الإعجاب والتعليق والمشاركة والنشر والاتصال مع صاحب الصفحة وكذا المعجبين بها، تختلف أنواع الصفحات حسب تنوع فكرتها الأساسية، فهناك الصفحات الرسمية وغير الرسمية، بالإضافة إلى الصفحات التجارية، الثقافية، الفنية، صفحات الموضة والأزياء، الصفحات السياسية، الصفحات الدينية، إلى غير ذلك من الصفحات المختلفة (حداد، 2019، صفحة 26).

فيروس كورونا: إنّ فيروسات كورونا هي زمرة واسعة من الفيروسات التي يمكن أن تتسبب في طائفة من الأمراض تتراوح بين نزلة البرد الشائعة والمتلازمة التنفسية الحادة.

https://www.who.int/csr/disease/coronavirus_infections/ar/،202/10/27.

"كوفيد-19" هو اسم الوباء المعدي الذي يتسبب به كورونا المستجد، ظهر الفيروس أول مرة في ديسمبر 2019 بمدينة ووهان الصينية، وتم تعريف المرض في 13 يناير عقب أعراض ظهرت على مجموعة من المرضى؛ إذ ظهر الوباء لأول مرة في سوق للمأكولات البحرية والحيوانات، ثم انتقل منها إلى بقية مدن مقاطعة هوبي، ومنها إلى مقاطعات الصين وثم إلى سائر أنحاء العالم https://www.aa.com.tr/ar/،30/10/2020، وقد أعلنته منظمة الصحة العالمية في فيفري 2020 كجائحة عالمية.

التخويف من جائحة كورونا: لقد فرضت جائحة كورونا حالة من التهويل جراء ضحايا الكورونا وانتشارها، وأخبار الدّول في التّعامل معها وإجراءات الحجر

الصّحي ومنع السّفر؛ إذ بات النّاس في حالة ضعف جمعي أمام هذه الأخبار وصار الهلع ظاهرة جمعية لا فردية
https://www.aljazeera.net/blogs/2020/3/19/، 30/10/2020. فعلى إثر هذا الوباء أصبحت مختلف الدّول بشتّى مؤسساتها تمارس نوعا من الضغط النفسي على المواطنين والنّاتج عن الخوف من الفيروس.

التّوعية الصحية: حسب منظمة الصحة العالمية فإنّ الوعي الصّحي يشير إلى قدرة الفرد نفسه وأسرته ومجتمعه المحلي على الوصول إلى المعلومات وفهمها والاستفادة منها بطرائق تعزز التمتع بصحة جيدة وتصونها https://www.who.int/healthpromotion/conferences/9gchp/policy-brief4-healthy-، 30/10/2020. أمّا Health Literacy فقد عرّفها على أنّها: "القدرة على قراءة المعلومات الصحية وفهمها وتنفيذها، ومستوى قدرة الأفراد على تحصيل ومعالجة وفهم المعلومات والخدمات الصحية الأساسية اللازمة لاتخاذ قرارات صحية مناسبة"(علة ، ماي 2020، صفحة 502).

2. الإجراءات المنهجية للدّراسة:

1.2 نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدّراسة ضمن مصفوفة **الدّراسات الوصفية** التّي تسعى لوصف الظواهر كما هي في الوقع، والتّي تعرّف على أنّها:" البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤشرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث" (التّائب، 2018، صفحة 66).

وقد استندت الدّراسة إلى **المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتّحليلي** من أجل مسح مضمون صفحتي الفايسبوك لوزارتي الصّحة الجزائرية والسعودية بغية التّعرف على مدى ثراء الصفحتين لمارسة دورهما التوعوي خلال أزمة كورونا.

وكذا توظيف **المنهج المقارن** الذي يعنى" بدراسة ظواهر متشابهة أو متناظرة في مجتمعات مختلفة، أو هو التّحليل المنظم للاختلافات في موضوع أو أكثر عبر مجتمعين أو أكثر" (التّائب، 2018، صفحة 286)، وقد كان الاعتماد عليه من أجل عقد مقارنة بين صفحتي وزارتي الصحة الجزائرية والسعودية في تعاملهما مع

جائحة كورونا والدور الذي قامت به كل منهما في تعزيز التوعية الصحية لدى المستخدمين.

2.2 أدوات جمع البيانات:

استعانت الدّراسة بأداة تحليل المضمون التي تعرّف على أنّها:" أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصّريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشّكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث طبقا للتصنيفات الموضوعية التّي يحدّدها الباحث"(المشهداني، 2017، صفحة 121)، إذ تمّ توظيفها في تحليل مضمون صفحتي وزارة الصحة الجزائرية والسعودية كعينة من وزارة الصّحة العربية بغية التعرف دور الجهات الرسمية ذات الصلة المباشرة بالجائحة في تعزيز التوعية الصحية من خلال تصنيف مضمون منشورات الصفحات إلى فئات خاصة بالشكل وأخرى خاصة بالمضمون بما يخدم أهداف الدّراسة.

3.2 مجتمع وعينة الدّراسة:

يشتمل مجتمع الدّراسة على كل ما نشر على صفحة الفايسبوك الرسمية التابعة لوزارات الصّحة العربية، وقد استقرت الباحثة على اختيار صفحتين هما: (صفحة وزارة الصحة الجزائرية) و(صفحة وزارة الصحة السعودية)، وقد تم اختيار هاتين الصفحتين من أجل مقارنة الجهود المحلية مع إحدى دول الخليج التي تشهد تطورا ملحوظا في التعامل مع التقنيات الحديثة والوسائط الجديدة، ولصعوبة تحليل المنشورات قد اتبعت الباحثة أسلوب العينة وتحديدا **العينة العشوائية المنتظمة**، إذ اختارت الباحثة طريقة الشهر الصناعي على اعتبار أنّ الصفحتين نشرتا بصفة مكثفة خلال هذه الأشهر تبعا للأوضاع الصحية في البلاد، وعليه رغبت الباحثة في رصد مختلف المنشورات خلال مختلف الأشهر بدءًا من شهر ماي أين أخذ عدد الإصابات منحى تصاعديا، وقد بلغ إجمالي المنشورات الخاضعة للتحليل(**95 منشورا)** بالنسبة لوزارة الصحة الجزائرية و(**122 منشورا)** بالنسبة لمنشورات صفحة وزارة الصحة السعودية والتي تم اختيارها كالتالي:

الشهر	أيام المراقبة	الشهر	أيام المراقبة
ماي	10-1	أوت	10-1
جوان	20-11	سبتمبر	20-11
جويلية	30-21	أكتوبر	30-21

3 . الإطار النّظري للدّراسة:

استندت هذه الدّراسة إلى نظرية الثّراء الإعلامي التي ظهرت عام 1986 على يد Robert Lengel& Richard Daft، والتي تشير إلى أنّ ثراء الإعلام يكون بقدرة المعلومات على تغيير الفهم في وقت محدّد.

وقد أشار منظروها إلى أنّ الأهداف الرّئيسية لأي مؤسسة هي تقليل غموض الرّسالة عن طريق اختيار الرّسائل التّي تحقّق درجة من التفاعل مع الجمهور، وهو ما تذهب إليه نظرية ثراء وسائل الإعلام والتي تفرّق بين وسائل الاتصال على أساس درجة ثرائها في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور (حسين، 2016، صفحة 63).

فجودة عملية الاتصال تتوقف إلى حدّ بعيد على خصائص الوسيلة الإعلامية ودورها في تيسير عملية الاتصال بين أفراد الجمهور من خلال توظيف إمكانياتها الفريدة للتغلب على معوقات العملية الاتصالية(سلام، 2017، صفحة 230).

تقوم هذه النّظرية إلى فرضين أساسين هما:

1. أنّ الوسائل الإعلامية تمتلك قدرا كبيرا من البيانات والمعلومات، إضافة إلى تنوّع المضمون المقدّم من خلالها، ومن ثم تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب كثيرا من الأفراد عند التعرض لها.
2. هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثّراء وهي: إتاحة رجع الصّدى المباشر، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية مثل الوسائط المتعدّدة، التركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية(الجنابي، 2018، صفحة 137).

وتؤكّد الدّراسات أنّ الشّبكة العنكبوتية تحمل بدورها سمات مشابهة للاتصال الشخصي، ومن ثمّ يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام ثراء وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية(سلام، 2017، صفحة 231).

وبما أنّ نظرية ثراء الوسيلة ترتكز على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات التّي تقدّمها للجمهور فقد وقع اختيار الباحثة لهذه النظرية لتفسير مدى ثراء صفحتي وزارة الصحة الجزائرية والسعودية بالمعلومات الخاصة بفيروس كورونا ومدى قدرتها على فك الغموض الذي يكتنف المواطنين حول هذا الوباء خاصة وأنّه وباء ينتمي إلى الفيروسات الحديثة التي تفتقر إلى دراسات ومعلومات كافية ووافية.

4. نتائج الدّراسة التّحليلية:

2.2 **فئات الشّكل:**

- **اللغة المستخدمة في منشورات الصفحات محل الدّراسة:**

الجدول 01: يوضح اللغة المستخدمة التي تنشر بها الصّفحات محل الدراسة

اللغة	وزارة الصحة الجزائرية		وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عربية	62	%65.26	120	%98.36
فرنسية	07	%7.37	02	%1.64
لغة مزدوجة (عربية+فرنسية/ عربية + أمازيغية)	19	%20	00	00
أمازيغية	07	%7.37	00	00
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

من الجدول أعلاه نستشف أنّ الوزارتين الجزائرية والسعودية تنشر باللغة العربية في معظم الأحيان وذلك بنسبة(%65.26، %98.36) لوزارة الصّحة الجزائرية والسعودية على التوالي، وبدرجة أقل نجد لغة مزدوجة(عربية+فرنسية) بنسبة (%20) في صفحة وزارة الصّحة الجزائرية، وقد تعزو هذه النتائج أن هذه الوزارات ترغب عبر صفحاتها الفايسبوكية توصيل رسائلها الاتصالية باللغة الرسمية للبلد والتي يفهمها الشعب كلّه بغية إحداث الإقناع سواء في الجانب التوعوي أو الإعلامي أو حتى في الجانب التخويفي، أمّا الأمازيغية في صفحة وزارة الصّحة الجزائرية فقد حازت على نسبة(%7.37) نظرا لأنّ شريحة لا بأس بها من المجتمع ناطقة بها، ناهيك أنّها تعتبر اللغة الرسمية الثانية بعد العربية، أمّا عن

اللغة الفرنسية فقد نالت نفس نسبة اللغة الأمازيغية كونها تعتبر لغة الإرث الاستعماري للجزائر، لذلك فإن الوزارة تعمد إلى استخدام هذه اللغة على اعتبار أنّ هناك فئات من المواطنين ناطقة بها، وعليه فإنّ كلا من الصفحتين تعتبر ثرية وفق نظرية الثراء الإعلامي نظرا لأنها تستخدم لغة طبيعية مفهومة لدى الجماهير.

- طبيعة الوسائط التّي تستخدمها الصفحات محل الدّراسة:

الجدول02: يوضح الوسائط التي تستخدمها الصّفحات محل الدراسة

الوسائط	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صورة	02	%2.10	13	%10.66
نص	07	%7.37	04	%3.27
فيديو	09	% 9.47	13	%10.66
نص+ صورة	48	%50.53	68	%55.74
نص+فيديو	29	%30.53	24	%19.67
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

تشير معطيات الجدول أعلاه إلى وجود تقارب بين الصفحتين محل الدّراسة في استخدام الوسائط، حيث نجد أنّهما تعتمدان على " نص+ صورة" وذلك بنسبة (50.53 %، 55.74 %) على التوالي، وقد ترجع هذه النتائج إلى أنّهما تعمدان إلى شرح وتوضيح منشوراتهما باستخدام صور وفيديوهات شارحة لمضمون النصوص المصاحبة لها، خاصة وأنّ المواضيع المرتبطة بكورونا تحتاج إلى صور وفيديوهات توضيحية وتبسيطية حتى يحدث التأثير.

وعن طبيعة الصور المستخدمة فكلاهما يعتمد على صور تصميمية تحسيسية للوقاية من الفيروس، أو صور تضم الإحصائيات اليومية لانتشار الفيروس في البلدين، أمّا الفيديوهات فقد عرضت الصفحتان فيديوهات واقعية لوزير الصحة ومختلف أعماله ونشاطاته أو مقتطفات لرئيس لجنة متابعة فيروس كورونا أثناء عرضه للإحصائيات اليومية المسجلة، في حين انفردت وزارة الصحة السعودية بنشر فيديوهات ذات طابع علمي حول الأنفولنزا، والدراسات التي شاركت فيها المملكة السعودية وإسهاماتها خلال جائحة كورونا، إذ شاركت في

الأبحاث الوبائية، أبحاث أساسية حول الفيروس وأبحاث علاجية للتوصل إلى العلاج.

- القوالب المستخدمة من قبل الصفحات محلّ الدّراسة

الجدول 03: يبين القوالب المستخدمة من قبل الصّفحات محل الدّراسة

القوالب	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
خبر	32	%33.68	56	%45.90
تقرير	24	%24.21	38	%31.15
ريبورتاج	12	%12.63	10	%8.20
تصريح	23	%25.26	17	%13.93
بيان صحفي	04	%4.22	01	%0.82
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى القوالب الصّحفية لتحرير منشورات الصفحتين والمتعلقة بفيروس كورونا المستجد؛ إذ تبوأ الخبر قائمة القوالب الصحفية المستخدمة وذلك بنسبة(33.68%، 45.90%) على التوالي لوزارتي الصحة الجزائرية والسعودية، ثم نجد التقرير بنسبة (24.21% ، 31.15%) وقد تعزو هذه النتائج إلى تحقيق السّبق الصحفي في عرض المستجدات المتعلقة بالفيروس خاصة وأن وزارة الصحة هي الجهة الوصية الأولى المكلفة بمهمة عرض كل ما يتعلق بهذا الوباء خصوصا مع التطورات التي تسجل على مدار الساعة ما يفتح مجالا للإشاعة والأخبار المضللة، ثم تأتي الريبورتاجات والتصريحات والبيانات الصحفية المقتبسة من وسائل الإعلام العمومية المتمثلة أساسا في التلفزيون والإذاعة ووكالة الأنباء.

- الاستمالات الإقناعية الموظفة خلال جائحة كورونا

الجدول04: الاستمالات الإقناعية التّي توظّفها الصّفحات محل الدّراسة خلال جائحة كورونا

الاستمالات الإقناعية	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عاطفية	12	%12.63	09	% 3.77
عقلية	63	%66.32	78	% 63.93
تخويفية	20	%21.05	35	% 28.69
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

تشير معطيات الجدول أعلاه إلى وجود اتفاق بين الصفحتين محل الدّراسة في استخدام الاستمالات الإقناعية؛ إذ توظف كلاهما **الاستمالات العقلية** بالدّرجة الأولى وذلك بنسبة (66.32 %، 63.93%) لكل من صفحة وزارة الصحة الجزائرية والسّعودية على التّرتيب، ولكن توظيف هذه الاستمالة كان بدرجات متفاوتة بين الصفحتين؛ إذ إنّ توظيفها في صفحة وزارة الصّحة الجزائرية اقتصر على الأرقام الخاصة بحالات الإصابة والشفاء والوفاة، في حين نجد أنّ صفحة وزارة الصّحة السّعودية تفننت في استخدام هذه الاستمالة من خلال توظيفها للغة الأرقام التي تنوعت بين الإحصائيات اليومية لحالات الإصابة والشّفاء والتّعافي وكذا أعداد مراكز التأكد ومراكز التطمن ومراكز الاستقبال وعدد الاستفسارات الموجهة للمركز، إجمالي الفحوصات. كما أنّها اعتمدت على توظيف معلومات طبية ودراسات علمية لمخاطبة عقل مستخدم الصفحة ومن أمثلتها: أثبتت الدراسات أنّ القلق والاكتئاب يضعفان المناعة بسبب زيادة مستوى الكورتيزول بالدم والذي بدوره يضعف مناعة الجسم.

ثم نجد **الاستمالات التخويفية** التي تمّ توظيفها في الصفحتين بغرض بعث حالة من الخوف الاحترازي الذي يمنع الجمهور من القيام بسلوكات قد تزيد من تفاقم الخطر، وخلق شعور بعدم التهاون في التعامل مع هذا الفيروس والتي تجسدت عبر صفحة وزارة الصحة الجزائرية في الخسائر البشرية التي أحدثها هذا

الفيروس خاصة إذا تعلق الأمر بالطاقم الطبي الذي يعتبر الخط الدفاعي الأول من هذا الوباء.

في حين نجد أنّ توظيفها من قبل صفحة وزارة الصحة السعودية كان من خلال التركيز على بعض الفئات الأكثر تضررا مثلما نشرت الصفحة بأن المصابين بأمراض القلب هم الأكثر تضررا بمضاعفات الأنفونزا الموسمية، خطر السمنة وعلاقته بفيروس كورونا.

وأخيرا نجد أن الصفحتين الجزائرية والسعودية توظفان **الاستمالات العاطفية** بنسبة (12.63 %، 3.77%) على التوالي، إذ تم استخدام شعارات ورموز من شأنها تلخيص الرسالة الاتصالية في عبارة واضحة وبصيغة مؤثرة يسهل تذكرها واستحضارها، ومن أمثلتها عبر صفحة وزارة الصحة السعودية: عش بصحة، خدماتنا الصحية أقرب إليك... أمّا عبر صفحة وزارة الصحة الجزائرية فنجد أنّها استخدمت عبارات على غرار عبارة وعينا يحمينا.

2.4 فئات المضمون:

- طبيعة المعلومات التي تنشرها الصفحات محل الدّراسة:

الجدول05: يوضّح طبيعة المعلومات التي تنشرها الصّفحات محل الدّراسة حول فيروس كورونا

طبيعة المعلومات	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
إحصائيات وأرقام	70	%50.72	89	%57.05
معلومات عن الوقاية من الفيروس	34	%24.64	17	%10.90
جهود الدولة لمكافحة الوباء	23	%16.67	33	%21.15
معلومات عن أخطار الفيروس	11	%7.97	17	%10.90
المجموع	**138**	**%100**	**156**	**%100**

تصدرت **الأرقام والإحصائيات** المركز الأول في طبيعة المعلومات المنشورة حول فيروس كورونا عبر الصفحتين، وتمثلت في الأرقام والإحصائيات التي تصدرها الوزارة بشكل يومي عن الإصابات الجديدة وحالات الوفاة وحالات الشفاء، تليها **جهود الدّولة لمكافحة هذا الوباء** من خلال التواصل المستمر مع الدول التي تعكف على إنتاج لقاحات ضد هذا الفيروس، أو من خلال توفير مراكز على المستوى الجهوي لإجراء اختبار الكشف المبكر عن الوباء، أو حتى من خلال عقد اجتماعات حول سبل تجاوز أزمة كوفيد- 19، كما نجد أن وزارة الصحة السعودية نشرت عبر صفحتها التجربة السريرية للمملكة السعودية للقاح ضد فيروس كورونا، بعدها نجد **المعلومات الخاصة بأساليب الوقاية من الفيروس** من خلال التوصية على النظافة الشخصية وارتداء الكمامة واحترام التباعد الجسدي وتجنب التجمعات، وفي هذا الإطار نجد أن صفحة الوزارة السعودية نشرت فيديو حول الانفلونزا الموسمية وتداعياتها الصحية، وكذا نشرها للإرشادات الواجب على المتعافين من الكورونا اتباعها بعد عودتهم للعمل فضلا عن نشرها لدليل للإصابة بكورونا والعناية الشخصية في العزل المنزلي، في حين نجد صفحة وزارة الصحة الجزائرية قد نشرت فيديوهات كارتونية موجهة للأطفال بالدرجة الأولى حول سبل الحماية من هذا الفيروس الخطير خاصة بعد عودتهم إلى مقاعد الدّراسة، وهنا نلمس فروقات في طرح سبل الوقاية إذ نجد أن وزارة الصحة السعودية وضعت إجراءات وقائية أكثر تحديدا مقارنة بنظيرتها الجزائرية التي اتصفت أساليبها بالعمومية، فالوزارة السعودية قد خصصت عبر صفحتها لكل فئة إجراءاتها الوقائية الخاصة مثال: فئة الحوامل، المصابين بالأمراض المزمنة، المتعافين من الفيروس، المتسوقين، الراغبين في أداء العمرة...

وأخيرا نجد معلومات عن **أخطار الفيروس** من خلال نشر الأعراض التي تظهر على المتعافي من الفيروس، أو رسوم توضيحية لكيفية تغلغل الفيروس في الجسم بصور وفيديوهات توضيحية، وفي هذا الجانب تحديدا نجد أن وزارة الصحية السعودية تحرص على الموازنة بين سبل الوقاية والمخاطر.

- المصادر التي تعتمد عليها الصّفحات محل الدّراسة

الجدول 06: المصادر التي تعتمد عليها الصّفحات محلّ الدّراسة

المصادر	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وزارة الصحة أو أحد ممثليها	**75**	%78.95	122	%100
وزارات ومؤسسات الدّولة	**02**	%2.10	00	00
وسائل الإعلام الرسمية	**18**	%18.95	00	00
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

تتنوع المصادر التي تعتمد عليها صفحة وزارة الصحة الجزائرية؛ فنجدها تعتمد على وزارة الصحة أو أحد ممثليها بنسبة(75.95%)، ثم وسائل الإعلام بنسبة (18.95%)، وأخيرا وزارات ومؤسسات الدولة على غرار وزارة الاتصال ورئاسة الجمهورية بنسبة(2.10%). في حين نجد أنّ صفحة وزارة الصحة السعودية تعتمد على وزارة الصحة أو أحد ممثليها بنسبة(100%)، وقد يعود اعتماد كليْ الصفحتين على المصادر الداخلية لها والمتمثل أساسا في وزير الصّحة إلى أنّ هذه الأزمة هي أزمة صحية أي أنّ وزارة الصّحة هي الجهة الرسمية المخول لها بالإدلاء بكل ما يخص تطور هذا الوباء في البلاد، ناهيك عن أنه في فترة الأزمات تكثر الأخبار المزيفة، وعليه فهي تعتمد على الناطق الرسمي باسمها لإضفاء المصداقية على كل ما تنشره على صفحتها.

- الشّخصيات الفاعلة في الصّفحات محل الدّراسة

الجدول 07: يوضّح الشّخصيات الفاعلة في الصّفحات محل الدّراسة

المصادر	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وزير الصّحة أو ممثل وزارة الصّحة	**57**	%60	120	%98.36
رئيس لجنة متابعة وباء الكورونا	**22**	%23.16	00	00
رئيس الجمهورية	**04**	%4.21	00	00
أطباء مختصين	**12**	%12.63	02	%1.64
المجموع	**95**	**%100**	**122**	**%100**

تعتمد صفحة وزارة الصحة الجزائرية على وزير الصّحة بالدّرجة الأولى بنسبة(60%) والذي ظهر خلال زياراته التفقدية لمختلف المستشفيات وعقد ندوات صحفية وكذا نقل مقتطفات من استضافته في مختلف وسائل الإعلام، يليها رئيس لجنة متابعة وباء الكورونا بنسبة(23.16%) الذي ظهر في المنشورات الخاصة بالإحصائيات اليومية لتطور الوباء في البلاد، كما تم توظيف تصريحات أطباء مختصين للتحدث عن مستجدات الوباء في المستشفيات وأخطاره، وضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية، وأخيرا توظيف رئيس الجمهورية حين يصدر تعليمات خاصة بإجراءات الحجر الصّحي، ومن هنا نجد أنّ الصفحة الجزائرية تعتمد على شخصيات متنوعة وفاعلة في أزمة كورونا ولها دور استراتيجي في إدارة الأزمة، كما تعتمد بنسبة ضئيلة على أطباء مختصين لتعزيز التوعية الصحية من فيروس كورونا.

أمّا صفحة وزارة الصحة السّعودية فقد وظفت شخصية واحدة في الغالب وهي المتحدث الرسمي باسمها، وقد يعود ذلك إلى استراتيجيتها الاتصالية التي اعتمدتها لإدارة أزمة كورونا؛ إذ جعلت من الناطق الرسمي لها الشخصية الفاعلة التي تصرّح بكل ما يخص الأزمة تجنبا لتعدد الشخصيات التي قد تتضارب معها الأخبار والتصريحات.

- الاستراتيجيات الاتصالية التّي توظّفها الصّفحات محل الدراسة خلال أزمة كورونا:

الجدول 08: الاستراتيجيات الاتصالية التي توظفها الصفحات محل الدّراسة خلال أزمة كورونا

الاستراتيجيات الاتصالية	صفحة وزارة الصحة الجزائرية		صفحة وزارة الصحة السعودية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التعاطف والتشجيع	12	%9.45	02	%1.06
النصائح والتوجيهات	23	%18.11	31	%16.40
تخفيض الغموض	43	%33.86	57	%30.16
ترويج السلوكيات الفعالة	28	%22.05	71	%37.57
استراتيجية التحذير	15	%11.81	22	%11.64
استراتيجية بعث الاطمئنان	06	%4.72	06	%3.17
المجموع	**127**	**%100**	**189**	**%100**

تشير معطيات الجدول إلى أن صفحة وزارة الصحة الجزائرية تتبع استراتيجية **تخفيض الغموض** بكثافة مقارنة مع باقي الاستراتيجيات إذ قدرت نسبتها بـ (33.86%)، من خلال نشر الحالات المسجلة يوميا سواء المتعلقة بحالات الإصابة أو الشفاء أو حتى الوفاة، ثم نجد استراتيجية **ترويج السلوكيات الفعالة** في المركز الثاني لوزارة الصّحة الجزائرية بنسبة (22.05%) والمركز الأول لصفحة وزارة الصّحة السعودية بنسبة (37.57%) والتي هدفت من خلالها الصفحتان إلى تعليم الجمهور الإجراءات الشخصية التي يجب أن يحرص على اتباعها لتقليل مخاطر الإصابة أو نقل العدوى، إضافة إلى إجراءات المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، ومن أمثلتها الممارسات التي نشرتها وزارة الصحة السعودية للتمتع بلياقة نفسية عالية منها: التواصل مع الأصدقاء افتراضيا، صنع روتين صحي، التقليل من العادات الضارة كالتدخين، متابعة المصادر الموثوقة، ممارسة الهواية المفضلة،..

ثمّ نجد أن الصفحتين قد استخدمتا استراتيجية **النصائح والتوجهات** بنسبة (18.11%، 16.40%) لكل من وزارة الصحة الجزائرية والسعودية على الترتيب من خلال تقديم نصائح الوقاية والحملات التحسيسية التي من شأنها تعزيز التوعية الصحية للأفراد.

ثمّ نجد أنّ الصفحتين قد اتبعتا **استراتيجية التحذير** وذلك بنسبة(11.64%)من خلال التحذير من أخطار الفيروس وتداعياته الصّحية، وننوّه إلى أنّ وزارة الصحة السعودية عبر صفحتها أكثر اهتماما بهذه الاستراتيجية من خلال طرائق عرض وتنوع المنشورات المحذرة خاصة للفئات الأكثر تضررا أو تعرضا للإصابة بهذا الفيروس.

أمّا **استراتيجية بعث الطمأنينة** فقد استخدمتها صفحة وزارة الصحة السعودية بنسبة (3.17%) من خلال تهدئة الجمهور وبعث الطمأنينة من نفسه من خلال نشر الأخبار الإيجابية على غرار تقريب الخدمات الصحية من المواطنين، وفتح العمرة حتى مع الفئات الأكثر تضررا من الفيروس مع التقيد بمجموعة من الإجراءات، ونشر إسهامات المملكة السعودية في التجارب السريرية لتوفير اللقاح ضد هذا الوباء، وتوفير تطبيق "صحة" عبر الصفحة والذي من خلاله يستطيع أي شخص التواصل مع الطبيب عبر مكالمة فيديو.

أمّا صفحة وزارة الصّحة الجزائرية فتوظّف استراتيجية **التعاطف والتشجيع** بنسبة (9.45%) من خلال التعاطف مع الطاقم الطبي الأحياء منهم أو شهداء الواجب.

خاتمة:

لقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائط التكنولوجية جذبا للمؤسسات الصحية وعلى رأسها المؤسسة الأولى على رأس القطاع وهي وزارة الصحة من خلال استخدامها في تحقيق الأهداف التوعوية وكشف الغموض الذي يكتنف الجمهور حول هذا الفيروس المستجد ومحاربة الأمية الصحية من خلال توظيف الوسائط والميزات التفاعلية التي تتيحها هذه الوسائل لمستخدميها واتباع العديد من الاستراتيجيات الاتصالية في ظل هذه الأزمة، وكذا توظيف مجموعة من الاستمالات الواقعية والعاطفية وحتى التخويفية التّي قد تكون سببا

في عدم التهاون في اتباع الإجراءات الاحترازية للوقاية من هذا الفيروس والحدّ من انتشاره.

توصيات الدّراسة:

مع المنحى التّصاعدي الذي تشهده الدّول العربية في عدد الإصابات بفيروس كورونا المستجد على غرار الدول العظمى التي لم تعد تقوى على مواجهة هذا الوباء بطواقمها الصحية وفي ظل غياب اللقاح ضدّ كوفيد- 19 يجب على الوزارات الصحية أن تبني استراتيجية اتصالية تستغل فيها كل القنوات الاتصالية المتاحة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي(الفايسبوك) لتعزيز التوعية الصحية من هذا الفيروس من خلال مجموعة من التوصيات:

- الاستمرارية في نشر الأخبار المتعلقة بالفيروس وكل تطوراته ومستجداته على الصفحات الرسمية للوزارات على الفايسبوك.
- استغلال شعبية الفايسبوك للوصول لأكبر شريحة جماهيرية وإحداث الإقناع بخطورة الفيروس وضرورة توخي الحذر والحيطة.
- تنويع استخدام الوسائط التفاعلية في نشر المنشورات لمحاربة الأمية الصحية.
- تنويع المضامين الخاصة بالفيروس على الصفحات الرسمية وعدم الاقتصار على نشر الأرقام اليومية المسجلة على المستوى الوطني.
- الاستعانة بخدمة البث المباشر التي يتيحها الفايسبوك في بث فيديوهات مباشرة مع أطباء مختصين من أجل تعميم الاستفادة وطرح التساؤلات والاستفسارات حول هذا الفيروس وأعراضه.
- الموازنة بين المضامين الخاصة بسبل الوقاية والمخاطر، وبين كيفية التعامل مع المصابين والمتعافين من الفيروس.
- الموازنة بين المنشورات الخاصة بالأخبار الإيجابية لأنّ الدّراسات توصلت إلى أنّ الخوف يضعف المناعة، وبين المنشورات التحذيرية لتجنب الاستهانة بالإجراءات الصحية للحدّ من انتشار هذا الوباء.

المراجع:

1- حردان هادي صايل الجنابي. (2018). استخدام شركات الهاتف المحمول للفيسبوك كوسيلة إعلانية "دراسة تحليلية". مجلة الزرقاء للبحوث والدّراسات الإنسانية.

2- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الإعلامي. دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.

3- سعد كاظم حسين. (2016). أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية. مجلة الباحث الإعلامي.

4- عيشة علة. (ماي 2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد -19) "دراسة ميدانية". مجلة الدراسات الإعلامية.

5- مروة سيد سلام. (2017). إدارة الحملات الانتخابية الرّئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية "دراسة تحليلية". المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال.

6- مسعود حسين التّائب. (2018). البحث العلمي (قواعده- إجراءاته- مناهجه). القاهرة: المكتب العربي للمعارف.

7- نريمان حداد. (2019). الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات الفايسبوك واستخداماتها" أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال". الجزائر: جامعة باتنة.

8- Justin, R. (2010). Facebook marketing: Designing your next marketing campaign. U.S.A: Library of congress cataloging in publication DATA.

9- https://www.who.int/csr/disease_ç/coronavirus_infections/ar (27.10.2020)

10- https://www.aa.com.tr/ar(30.10.2020)

11- https://www.aljazeera.net/blogs/2020/3/19 (30.10.2020).

دور الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال

1- قطش خديجة 2- زعموش بلقيس

1- جامعة قسنطينة3 khadidja.guetteche@univ-constantine3.dz

2- جامعة قسنطينة3 belkis.zamouche@univ-constantine3.dz

ملخص الدراسة:

من الصعب تجاهل أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات وضمان وصولها لأكبر عدد ممكن من الجماهير في مختلف أنحاء العالم، ما دفع بالعديد من المؤسسات باختلاف نشاطاتها التركيز على تواجدها في العالم الافتراضي والاستفادة من مفرزاتها. ولعل هذا ما أتاح الفرصة أمام انتشار الحملات التحسيسية عبر هذه المواقع خاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي يعيشها العالم مع تفشي فيروس كورونا، وفرض التباعد الاجتماعي مما جعل العديد يلجؤون لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل التوعية بهذه الجائحة، وفي هذه الورقة البحثية سنسلط الضوء على دور هذه الحملات التحسيسية في التوعية بفيروس كورونا، معتمدين في ذلك على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة3، لمعرفة وجهة نظرهم في مدى فاعلية هذه الحملات للتأثير على سلوك الأفراد.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، فيروس كورونا، الحملات التحسيسية، التوعية.

الإشكالية:

أحدث التطور المستمر في مجال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ثورة معلوماتية في وقتنا الحالي، وتعددت بفضلها وسائط الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات التي تسعى في كل مرة إلى البحث عن وسائل أكثر مرونة من

أجل خلق فضاء يسهّل عملية الاتصال وتبادل المعلومات في ظل تسارع وتيرة تدفق المعارف عبر هذه الوسائط وتنوع مضامينها وأهدافها.

هذا التعدد الكبير في الوسائط الاتصالية خلق تنوعا على مستوى الشبكات الاجتماعية التي فتحت المجال أمام مختلف أفراد المجتمع للتعبير عن أفكارهم، آرائهم، مشاعرهم وكذا مواقفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، تويتر، يوتيوب وغيرها، حيث أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية، ولم تعد تقتصر وظائفها على التسلية والترفيه أو التغيير فحسب، بل تعدته إلى كونها قد أضحت منبرا للتوعية بمختلف المواضيع والمجالات، والتي يعد أهمها ما يتعلق بالتوعية الصحية، هذه الأخيرة تأتي بهدف إرشاد الفرد وتوجيهه نحو ما يحفظ صحته ويقيه من الأمراض.

ولعل الأوضاع التي يعيشها العالم منذ قرابة السنة مع انتشار جائحة كورونا، قد غيرت مفاهيم كثيرة أهمها الاهتمام بمجال التوعية الصحية، ونظرا لفرض قيود معينة للحفاظ على الصحة العامة من خلال تطبيق الحظر والتباعد الاجتماعي، فإن قيادة الحملات التحسيسية قد برزت من خلال وسائل الإعلام الجماهيري من جهة، ومواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى. هذه الأخيرة، قد أسهمت في انتشار الحملات التحسيسية للتوعية بفيروس كورونا المنظمة من عدة جهات رسمية وغير رسمية والتي جاءت قصد تعريف الأفراد بخطورة المرض وإرشادهم نحو كيفية الالتزام بتطبيق إجراءات التباعد والوقاية، إضافة إلى طرائق العلاج وتعميمها عبر الصفحات والمجموعات.

وكما هو مألوف، فإن القيام بأي حملة تحسيسية توعوية يقتضي الالتزام بمجموعة من المبادئ التي تضمن نجاحها من ناحية التصميم والمحتوى والجمهور المستهدف، واحتوائها على عناصر الجذب والمعلومات الكافية التي تضمن تحقيق الهدف المرجو منها، فهناك العديد من الحملات التحسيسية التي كانت عبارة عن مبادرات فردية غير رسمية لم تتوفر فيها شروط الحملة التوعوية التي تسعى بالدرجة الأولى إلى تغيير معارف، اتجاهات، ثم سلوك الأفراد على غرار المؤسسات الرسمية التي سعت هي الأخرى إلى استغلال جماهيرية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة هذا الفيروس وتوجيه الأفراد نحو طرائق الوقاية والسلامة.

وباعتبار مواقع التواصل الاجتماعي فضاء واسعا، تتعدد فيه طبيعة الجماهير وبالتالي فإن طريقة عرض ونشر الحملات التحسيسية للتوعية بفيروس كورونا تختلف أيضا، لا بد من الاستعانة بأهل الاختصاص من أساتذة علوم الإعلام والاتصال لتسليط الضوء على دور هذه الحملات في التوعية بهذا الفيروس الذي اجتاح العالم، من خلال التعرف على المبادئ التي تقوم عليها الحملة التوعوية، إضافة إلى شروط نجاحها وكيفية دراسة الجمهور المستهدف في هذه الحملة، وتسويقها.

من هذا المنطلق، فإن موضوع دراستنا سيكون متمحورا حول دور الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال، وعليه جاء تساؤلنا الرئيس على النحو التالي: **ما مدى فاعلية الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا؟**

التساؤلات الفرعية: تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1- ما هي آراء أساتذة الإعلام والاتصال في الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بفيروس كورونا؟

2- ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال؟

3- هل تحقق الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التأثير السلوكي المرجو من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال؟

أهداف الدراسة:

1- التعرف على وجهة نظر أساتذة الإعلام الاتصال في الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بفيروس كورونا.

2- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا.

3- التعرف على كيف يقيم أساتذة الاختصاص الحملات التحسيسية للتوعية بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4- محاولة معرفة دور الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير السلوكي على الأفراد من منظور أساتذة الإعلام والاتصال.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها لموضوع مهم ألا وهو التوعية الصحية من خلال الحملات التحسيسية التي أصبحت تحتل حيزا كبيرا لضمان سلامة الفرد والمجتمع، خاصة في ظل الأوضاع الراهنة التي يعيشها العالم أجمع وسط إجراءات حتمت فرض حظر التجوال المؤقت والتباعد الاجتماعي. الشيء الذي جعل استغلال شعبية مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على الوصول لجمهور واسع، ضرورة حتمية من أجل التوعية بهذا الفيروس ومواجهته.

كما تظهر أهمية الدراسة في تسليطها الضوء على معرفة آراء أهل الاختصاص من أساتذة الإعلام والاتصال الذين يستطيعون تقييم فاعلية هذا النوع من الحملات في تحقيق التأثير السلوكي المطلوب.

تحديد المفاهيم:

1- مفهوم الحملة التحسيسية:

1-1- مفهوم الحملة:

تعد نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وإن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية https://student.alafdal.net/t272-topic.

2-1- مفهوم الحملة التحسيسية:

يمكن تعريف الحملة التحسيسية إجرائيا على أنها حملات أو نشاطات يكون الغرض منها هو تحسيس الرأي العام أي إثارة انتباهه وجعله يحس بمخاطر شيء ما، وهنا يكون القصد منها لفت الانتباه لخطر فيروس كورونا من خلال التعريف به والتوعية بمخاطره، إضافة إلى طرائق الوقاية والعلاج، وذلك بهدف الحد من انتشاره والتأثير على سلوك الأفراد المعرضين لخطر الإصابة.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد

أو الجماعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر. ولعل من أبرز هذه المواقع: فيس بوك، تويتر، جوجل بلاس، ليكند إن، وغيرها من المواقع المتخصصة مثل يوتيوب وانستغرام.(إيهاب خليفة، 2015، ص42)

3- مفهوم التوعية:

إيجاد الوعي وإكسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج القائم بالتوعية. (كيحل فتيحة، 2012، ص 86)

4- فيروس كورونا:

كما عرفتها منظمة الصحة العالمية، فإن فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراضا تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19. والذي تم اكتشافه بعد تفشيه في مدينة ووهان الصينية، ليصبح اليوم جائحة عالمية.(https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses)

منهج الدراسة:

تندرج ورقة بحثنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التحليلية والتي" تُعتبر أحد مناهج البحث العلمي الذي يدرس الواقع أو الظاهرة موضوع البحث كما هي في واقعها، ويهتم الباحث فيها بوصفها وصفا دقيقا من أجل الوصول إلى استنتاجات تسهم في التطوير والتغيير"(عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، 2013، ص 66)، ويتجلى هذا المنهج من خلال محاولة التعرف على دور الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بوباء كورونا من وجهة نظر أخصائيين في تخصص الإعلام والاتصال وتسليط الضوء على أدوات وميكانيزمات الحملات التحسيسية كما هي موجودة في الواقع الافتراضي، معتمدين في ذلك على

أحد أهم أدوات جمع البيانات ألا وهي المقابلة والتي تُعرف على أنها" طريقة بحث علمية تُستخدم فيها عملية اتصالية شفوية لجمع معلومات تخدم هدفا محددا"(فضيل دليو، 2014، 210). من خلال إجراء مجموعة من المقابلات مع أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة3 للوقوف على دور الحملات التحسيسية عبر العالم الافتراضي في التوعية بفيروس كورونا من وجهة نظرهم.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموع أساتذة الإعلام والاتصال في كل الجامعات الجزائرية، ونظرا لتباعدها وصعوبة الوصول إلى كل مفرداتها، ارتأينا الاعتماد على أسلوب المعاينة من خلال اختيار عينة قصدية تكونت من 07 أساتذة بتخصص الإعلام والاتصال بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03، وذلك راجع إلى قصر فترة البحث وكذا قرب الجامعة من سكن الباحثتين. وجاءت إجابات العينة المختارة على النحو الآتي:

1-7- الأستاذ د.ف:

ج1.خلال هذه الأزمة الصحية الخطيرة، فإن الافتقار إلى الوعي والمعرفة والاستعداد الفردي والجماعي والمجتمعي سيعرض الجميع للخطر. وفي تقديري، فإن تقييم مستوى الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا يختلف باختلاف مصادرها المؤسساتية والدولية ومراحلها المختلفة الملازمة لمراحل تطور الوباء وفي دول مختلفة. وعلى العموم، فهي تبدو لي غير كافية وغير متوازنة من حيث محطات الإعلام الوقائي والتحذيري من المخاطر والنتائج، ومن حيث التردد والتناقض(أحيانا) في تقدير أهمية بعض وسائل الوقاية بين صفتي الأفضلية والإجبارية مثلا... كما تميزت بعض الحملات بتأنيب بعض الفئات المجتمعية وتحميلها ذنب انتشار الوباء بغرض ثنيها عن بعض السلوكات، مما قد تكون نتائجه التحسيسية عكسية... فهي قد تسهم في انتشار قدر هائل من المعلومات الخاطئة التي تهدد الصحة بمعدل أسرع من المرض نفسه. كما أنها على العموم لم تكن في مستوى معالجة انتشار الجزء الأكبر من الإشاعات الكاذبة في عصر الويب 2 عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ج2. في هذا السياق الاستثنائي المتميز بالتهديد الجسدي والتباعد الاجتماعي والانهيار الاقتصادي، لا يمكن الاستهانة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا على المستويات الفردية والاجتماعية والمجتمعية. وتتمثل المعضلة الرئيسة في كيفية نقل المعرفة بإحصاءات المرض الحالية والوقاية منها إلى عامة السكان بما يعادل أو يفوق وتيرة انتشار الوباء... وبالتالي، فإن تقديم معلومات سريعة ودقيقة وموثوقة تعالج المشاكل الحرجة لمكافحة العدوى له أهمية رئيسة. لكن، يجب الأخذ بعين الاعتبار التأثير الإيجابي والسلبي لوسائل التواصل الاجتماعي في هذا الزمن الموبوء على مهني الرعاية الصحية وعلى عموم السكان وخاصة الشباب منهم كونهم من أكثر مستعملي الانترنتية. لذلك، وجب استخدامها بحذر وحكمة، فإن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كأداة قوية لتغيير سلوك الناس وتعزيز رفاهية الفرد والصحة العامة.

ج3. أما بالنسبة لتأثير هذه الحملات على سلوك الأفراد، فإذا كانت التوعية مناسبة وفعالة(انظر الإجابة في السؤالين السابقين) فإن ذلك ينعكس في الغالب على السلوك.

ج4. بالحديث عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في الحملات ومساهمتها في التوعية بالفيروس، لم أقم بدراسة لقياس ذلك ولم أقرأ دراسات حول هذا الأمر، لكن السلبيات المذكورة في الإجابات السابقة استمرار(أو عودة) انتشار الوباء ووجود مقاومة شعبية معتبرة وفي دول مختلفة للقرارات الصحية الرسمية توحي بأن مساهمتها متواضعة.

ج5. بالنسبة للحلول المقترحة: اتباع الأساليب العلمية المناسبة، من إحاطة علمية بالمقتضيات النظرية للحملات التحسيسية في المجال الصحي، وبواقع(الخصائص والظروف...) مختلف الفئات الجماهيرية المستهدفة(لتكييف النظري مع الواقعي)... بالإضافة طبعا إلى التعاون الوطني والإقليمي والدولي في هذا المجال.

2-7- الأستاذة ع.س:

ج1. برأيي أن الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا، ضعيفة ومتناقضة خصوصا في بداياتها الأولى، حيث انتشرت

الأخبار الكاذبة وأيضا أساليب التهويل، لكن لا يمكن التعميم فهناك بعض الصفحات قامت بدور إيجابي.

ج**2**. الدور الذي تلعبه الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا: هو التعريف بالمرض وشرح أعراضه، نشر الإحصاءات المحلية والعالمية، نشر الأخبار والمستجدات، التعريف بالبرتوكولات الصحية والوقائية والتحفيز عليها.

ج**3**. نظرا للاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي فإن التأثير سيكون كبيرا في سلوك الأفراد وهذا ما تثبته دوما بحوث التأثير.

ج**4**. فيما يتعلق بالأساليب الإقناعية المستخدمة، لم أعتمد على الشبكات في الوصول إلى معلومات لأني أعرف أنها لا تعتمد المصادر المؤهلة لذلك، لكن على الأقل عرفت بالوباء ومخاطره بأساليب إقناعية وتخويفية.

ج**5**. بالنسبة للحلول، فأعتقد أن الحملات لا بد وأن تكون أحسن عبر صفحات خاصة طبية وصحية لضمان نجاح الحملات التحسيسية وأيضا التأكد من صحة المصادر والمعلومات.

3-7- الأستاذة ف.ب:

ج**1**. أغلب ما لاحظته لا يعدو عن كونه أنشطة اتصالية لا ترقى أن تسمى حملة تحسيسية، قام بها أفراد بشكل فردي وتطوعي. وهي لم تنجح في التوعية بخطر الجائحة والدليل ارتفاع أعداد المصابين عبر العالم بسبب التراخي في إجراءات الوقاية.

ج**2**. الدور التي تلعبه الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا، هو نفس الدور الذي تلعبه كل الحملات التحسيسية التي نعرفها، وهو يختلف حسب المرحلة التي تمر بها الجائحة، ومستوى المعلومات ومنه مستوى الوعي الذي يتشكل لدى الجمهور المستقبل، ففي البداية مثلا كان الهدف الأساسي هو توفير أكبر عدد من المعلومات حول هذا الفيروس والأعراض التي يمكن أن تظهر على حامل الفيروس، خاصة وأنه مستجد والمعلومات المتوفرة حوله كانت ضئيلة جدا، ثم ظهر خطر الفيروس مع ارتفاع نسبة العدوى وارتفاع

عدد الوفيات وهنا كان لا بد من رفع درجة الخوف والعمل على عامل التخويف، لنصل إلى نشر وشرح سبل وأهميّة الوقاية منه.

ومنه نتصور أن دور الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في تعبئة أكبر عدد من مستخدمي هذه الشبكات لمواجهة هذه الجائحة بمشاركة جميع فئات المجتمع في كل التدابير التي تتخذها الحكومات والأنظمة.

ج3. نعلم جيدا أن الحملة الناجحة هي الحملة التي تحقق أهدافها، وذلك بالتأثير على مستوى الوعي والفهم والتذكر والإدراك ومن ثم اتخاذ القرارات المتعلقة بالسلوك.

ج4. اختلفت الأساليب الإقناعية المستخدمة بين أساليب عقلية مبنية على تقديم حقائق علمية ونتائج بحوث ودراسات ونشر مقالات علمية بهذا الخصوص، وأساليب عاطفية تتحدث عن ضرورة الحفاظ على حياة أحبائنا، وأساليب تخويف تبين الخطر المحدق بالإنسانية جراء هذا الفيروس، وخطر انهيار الأنظمة الصحية والأنظمة الاقتصادية وانهيار الحكومات، وفقد الأحبة... الخ. لكنها لم تستطع مواجهة الحملات المضادة التي تتحدث عن نظرية المؤامرة التي تقدم حججا مقنعة وجد منطقية من جهة، وكذلك خطر الإكثار من التخويف الذي عاد بالعكس وأعطى نتائج سلبية حيث أصبح أغلب المواطنين يسخرون من الفيروس ويسخرون من الإجراءات الوقائية التي اتخذتها الحكومات والأنظمة التي لم تؤتِ أكلها وكانت نتيجتها انهيار القدرة الشرائية للفئات الهشة...الخ.

ج5. وصولا إلى الحلول المقترحة، وجب أولا أن تنظم هذه الحملات جهات مسؤولة داخل الأنظمة أو تنظيمات المجتمع المدنيين وتكون مبنية على دراسات علمية للواقع الذي تعيشه فئات الجمهور التي ستخاطبها هذه الحملات، وأن تكون على علاقة مباشرة بخلايا الأزمة التي نصبتها الحكومات عبر العالم، وتقدم الحقيقة الكاملة للجماهير دون تزييف ولا تحريف، وإشراك هذه الفئات في عمليات التوعية والتحسيس، لكسب ثقتهم أكثر.

4-7- الأستاذة ق.إ:

ج1. أظن أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجتمعنا الجزائري تحديدا، غالبا ما يكون مقتصرا على الترفيه والتسلية. فاستخداماتها البناءة بعيدة المنال،

لكن في وقت أوج الأزمة زاد الحديث عن ضائقة الكوفيد 19، وكثرت الحملات التحسيسية حوله خصوصا بعض الصفحات ذات المحتوى المقبول والقاعدة البيانية الواسعة.

ج2. تلعب شبكات التواصل اليوم دورا مفصليا في تعريف الناس بما يدور حولهم وتنوير عقولهم فهي فضاء خصب للمعرفة لمن يريد أن يتعلم وهي وسيلة جد ناجعة للتوعية إذا ما استغلت لذلك.

ج3. التأثير لا يرتبط بالوسيلة فقط بل يرتبط بالفرد المتأثر، فسيكولوجية الفرد المتلقي تختلف، فهناك من فقد أفرادا من عائلته جراء الجائحة ولا يزال اللحظة يظن بأنها لعبة سياسية، لكن دور مواقع التواصل في التأثير واضح كونها أكثر الوسائل قُدرةً على إيصال المعلومة مقارنة بعدد ساعات استخدامها المتزايد.

ج.4 الملاحظ لي كمستخدمة أن الأساليب الإقناعية التي مرّت علي كانت في مجملها، إما أرقاما إحصائية حول مدى انتشار الكورونا بين الأوساط، أو تصريحات شخصية للمرضى حول ما حل بهم جراء الفيروس، وهي أساليب تخويفية مجدية في العديد من الأحيان، لكن تبقى تركيبة المجتمع وثقافته ومستوى وعيه بخطورة الوضع عنصرا مهما في تحديد مدى اقتناعه.

ج5. أظن أن التذكير المستمر بأن الضائقة لم تمر بعد والاستشهاد بدول الجوار وما حل بهم جراء فتحهم للحدود واستعجالهم للعودة للحياة الطبيعة، فالتحسيس المتكرر وتكراره هو أنسب حل.

5-7- الأستاذ ج.ي:

ج1.أعتقد أن مستوى الحملات التحسيسية متباين، كلما كان متخصصا كان من الناحية المعرفية أحسن، لكن من الناحية الإخراجية ومن ناحية الأدوات يتفوق الأفراد في هذه الجوانب على الأطباء والهيئات الصحية.

ج2. تلعب الحملات دورا كبيرا في التوعية بكورونا من ناحية المعلومات عن الفيروس وطرائق انتقاله وكذا طرائق الوقاية منه، ومن ناحية خاصة الإجراءات والتدابير الصحية التي تجنب المواطنين الإصابة به.

ج3. فيما يخص تأثير الحملات على السلوك: الالتزام بتدابير الوقاية والاستجابة لها متعلق بكثير من المتغيرات منها، مثلا قدرة الأفراد على دفع تكاليف بعض

الأدوات الوقاية مثل الكمامة والمعقم، فضعف القدرة الشرائية خاصة مع توقف الأنشطة الاقتصادية قد يضعف من فعالية تأثير الحملات على السلوك.

ج4. الأساليب الإقناعية المستخدمة كانت متنوعة ما بين العاطفية والعقلية، لكن إذا عدنا إلى ما كان يحيط من ظروف، مثل ما راج من شائعات عنه أنه فيروس مصنوع وأن العالم يتعرض لمؤامرة جعل الاقتناع بالفيروس يتأخر إلى غاية بداية ارتفاع نسب الإصابة به وسط العائلات، وهذا ما حدث بولاية جيجل مثلا عندما أصبحت كل عائلة لديها مصاب بدأ المواطنون بالالتزام بالتدابير الوقائية، مثل لبس الكمامة.

ج5. بالنسبة للحلول المقترحة:

- مرافقة الحملات بتوفير أدوات الوقاية مجانا أو بأسعار رمزية.
- المزاوجة بين الاتصال الرقمي والاتصال الشخصي، فنحن مجتمع تقليدي يتأثر بالاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.
- تتبع الخطوات العلمية في إنجاز الحملات انطلاقا بتحديد الأهداف وصولا إلى تقييمها.

<u>7-6- الأستاذة م.م:</u>

ج1. برأيي إن الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بفيروس كورونا، لم تكن بالشكل الكافي والفعال، وذلك راجع لحجم الإشاعات التي تخللت مواقع التواصل وزيادة تهويل بعض الأخبار.

ج2. في الحقيقة الدور الذي تلعبه هذه الحملات هو دور فعال، وله نتائج جد إيجابية في حال ما تم استغلالها بالشكل الصحيح نظرا لعدد مستخدمي هذه المواقع الذي وصل إلى حدود 3.484 بليون مستخدم حول العالم.

ج3. دور الحملات التحسيسية في التأثير على سلوك الأفراد مرتبط بشكل أساسي باستجابتهم للبروتوكولات الصحية المعتمدة، ومدى التزامهم بالتباعد الاجتماعي والحجر الصحي، وهو الأمر الذي شهد عدة تجاوزات مما جعل تأثير الحملات التحسيسية نسبيا إلى حد كبير.

ج4. لم تسهم الأساليب المستخدمة بالشكل الذي كان من المفروض أن تؤديه في تحقيق السلوك المرجو من الأفراد، نظرا لكونها فعالة في أغلب الحالات إلا أن

ثقافة الأفراد ومحيطهم الاجتماعي بالإضافة للاتصال الشخصي أثر بشكل كبير على فعاليتها.

ج5. بالنسبة للحلول المقترحة فلا بد من جعلها تحاكي الواقع، إضافة إلى استخدام أكثر من وسيلة واعتماد القنوات الرسمية بشكل أكبر، الدمج بين الحملات التحسيسية الافتراضية وفي أرض الواقع لإضفاء المصداقية أكثر، الدمج بين عدة أساليب إقناعية حسب الحاجة مع مراعاة الثقافة المجتمعية.

7-7- الأستاذة ح.م:

ج1.الكثير من الحملات كانت في المستوى سواء من ناحية التخطيط، الإعداد والتنفيذ أين كانت وفق استراتيجيات مضبوطة ومدروسة ولفئات جماهيرية مختلفة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. خاصة منها ما اعتمد تعددية الوسائط في نشر التوعية والتعريف بمخاطر الفيروس على حياة الإنسان من خلال توظيف النص المكتوب الصور والفيديوهات المصورة.

ج2. تلعب الحملات التحسيسية دورا هاما في توعية الأفراد من مختلف الشرائح ونشر الثقافة الصحية السليمة وسط المجتمع من خلال نقل المعلومة الصحيحة والموثوقة خاصة عند توظيف الآراء والشواهد المنطقية التي تدعم هذا الدور.

ج3. تسهم الحملات التحسيسية في تدعيم سلوك الأفراد الإيجابي نحو الالتزام بإجراءات الوقاية واحترام قواعد الصحة والسلامة من جهة، ومن جهة أخرى هناك تهاون في التطبيق في الكثير من الحالات خاصة بعد الفترة الطويلة من تعايش الأفراد مع الفيروس، فنلاحظ التفاعل مع هذه الحملات في الفضاء الافتراضي مع وجود تقصير في التطبيق على أرض الواقع.

ج4. حسب المحتوى الموظف في كثير من الحملات والأساليب الإقناعية الموظفة تظهر مدى فعاليتها لكن بملاحظة التهاون في السلوك الفردي تجاه هذه الحملات تنقص فعاليتها وتبقى حصرا عبر شاشات الحواسيب أو الهواتف النقالة من خلال الصفحات الاجتماعية التي تتداولها، فقياس الفعالية عادة يكون بمشاهدة أرض الواقع بدلا من عدد الإعجابات والمشاركات التي تنالها الحملات.

ج5. عادة ليست هناك معايير محددة لتحديد نجاح الحملات التحسيسية وضمان نجاحها وتأثيرها على الجمهور المستهدف، لكن هناك بعض الأبجديات التي يجب

توفرها في صياغة الرسالة حتى تكون فعاليتها مضمونة على الأقل، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- دراسة الجمهور المستهدف من الحملة بدقة.
- تحديد أهداف الحملة وتقسيمها لأهداف تكتيكية وأخرى استراتيجية.
- صياغة الرسالة بوضوح وتوظيف الاستمالات الإقناعية المناسبة.
- تحديد استراتيجية واضحة للحملة واختيار الشعار المناسب لها.
- اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة حسب طبيعة الموضوع، الجمهور المستهدف، وموضوع الحملة، والهدف الرئيس من الحملة لتحقيق السلوك المرغوب.

من خلال الإجابات التي أدلى بها أفراد العينة من أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3، نجد أن أغلبهم يرون أن الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بفيروس كورونا لم تكن في المستوى المطلوب، وذلك يرجع إلى اختلاف الجهة المنظمة أو القائدة لها بين مؤسسات رسمية وأخرى غير رسمية تعتمد على ما يتناوله أفراد عاديون، الشيء الذي قد يتسبب- في أحيان كثيرة- في تداول معلومات مغلوطة. في حين أكد جميع الأساتذة على الدور الفعال الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا في حال ما استغلت بطريقة صحيحة وممنهجة، كونها فضاء افتراضيا يستطيع الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير، حيث ينقل لهم آخر المستجدات المتعلقة به، إضافة إلى طرائق الوقاية والعلاج، فلا بد من تضافر الجهود واستغلال شعبية هذه المواقع لرسم خارطة لحملات توعوية سليمة خاصة في ظل تزايد عدد الإصابات.

وعليه، فقد أكد جميع المبحوثين أيضا على أن تأثير هذه الحملات على سلوك الأفراد مرتبط بمدى نجاعتها ومخاطبتها للأفراد بما يقودهم إلى تغيير سلوكهم، فيبقى هذا الشيء نسبيا باختلاف ما تقدمه من إقناعات تتجاوب مع سيكولوجيات الأفراد التي تختلف من شخص إلى آخر، كما يرى أفراد العينة أن معظم الأساليب المستخدمة في هذه الحملات تتراوح بين العاطفية والعقلانية والتخويفية، ولكن إسهاماتها تبقى متواضعة في ظل اختلاف التأثير الحاصل بين الأفراد من التزموا بإجراءات الوقاية، وبين من سخروا منه واعتبروه لعبة

سياسية. وفيما يتعلق بالحلول المقترحة فأكدت أغلب الإجابات على ضرورة تنظيم هذه الحملات من جهات رسمية تعمل بفريق مختص يسعى نحو تطبيق الخطوات العلمية المعترف بها من دراسة جمهور وتحديد أهداف إلى غاية تقييم الحملات، واستغلال الجماهير وإشراكهم في هذه الحملات كداعم لابد منه لضمان نجاحها، إضافة إلى التعاون الإقليمي والدولي.

نتائج الدراسة:

- تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في التوعية بفيروس كورونا إذا ما تم استغلالها بالشكل الصحيح.
- تعتبر الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعية غير كافية للتوعية بفيروس كورونا.
- يختلف تأثير الحملات التحسيسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا باختلاف الجهة المنظمة لها، ومدى امتلاكها القدرة على تنظيم حملات ناجعة من جهة، وباختلاف طبيعة الأفراد وثقافتهم ووعيهم المجتمعي الذي يتحكم في مدى التزامه بالتعليمات الموجهة والاقتداء بها.
- ضرورة الالتزام بالخطوات العلمية المنتهجة في تنظيم الحملات التحسيسية لضمان نجاح التأثير المرجو منها من خلال تنظيمها من طرف هيئات رسمية تملك فريقا محترفا في التعامل مع هذا النوع من الحملات، في ظل مراعاة الاختلافات الاجتماعية.

المراجع:

1- إيهاب خليفة، **حروب مواقع التواصل الاجتماعي**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2016.

2- فضيل دليو، **مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**،دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع،الجزائر2014.

3- عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، **مناهج البحث العلمي**، صنعاء، الطبعة الثانية، جامعة العلوم والتكنولوجيا 2013.

ب- الرسائل الجامعية:

4- كيحل فتيحة، **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي**، رسالة ماجستير، قسم إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2012.2011.

ج- المواقع الإلكترونية:

5- https://student.alafdal.net/t272-topic.
6- -https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses.

دور وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا وآليات الوقاية منه

1- سماري سعد الدين 2- خوثير عبد الرحمن

1- جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي/ مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة/ Smari.Saad@univ-oeb.dz

2- جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2/ مخبر المجتمع الجزائري المعاصر a.koutir@univ-setif2.dz

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية الموسومة بـ" دور وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا وآليات الوقاية منه" إلى تسليط الضوء على خدمة وسائل الإعلام الجزائرية السمعية البصرية للجماهير الجزائرية، من باب توعيتهم تجاه فيروس صنِّف الأخطر من بين الأوبئة المعاصرة التي عايشتها البشرية، وقد تم الاستناد في دراستنا هذه- إلى جانب عرض أهمية الإعلام في مجابهة الأزمات والكوارث وخاصة الصحية منها نظريا- إلى نماذج من المشهد الإعلامي تمثلت في برامج تلفزيونية، وأخرى إذاعية، وومضات إعلانية تحسيسية وتثقيفية توعوية، إضافة إلى الشعارات والوسوم التي تهدف إلى نشر الوعي الصحي العام، وتعزيز الثقافة السليمة من خلال محاولة تلقين الجماهير السلوكيات والممارسات التي تجنب من الإصابة بالوباء فرديا ومجتمعيا.

الكلمات المفتاحية:

وسائل الإعلام الجزائرية، التوعية الصحية، التثقيف الصحي، الإعلام التوعوي، فيروس كورونا.

مقدمة:

تحاط المجتمعات والشعوب في كل زمان ومكان بأخطار الإصابة بأمراض وأوبئة تدخلها وأنظمتها في دوامة من الخوف والترقب، والتوعية والتثقيف، والتحسيس بمخاطر الوباء، وتجنيد وتسخير المخابر ومراكز البحوث لإيجاد العقارات القاتلة لتلك الأمراض والموقفة لزحفها، فكانت الإنفلونزا الإسبانية في النصف الأول من القرن العشرين شاهدة على أكبر الكوارث الصحية في تاريخ البشرية بحصيلة ضحايا لامست عتبة الخمسين مليون قتيل، وفي عام 2009 انتشر فيروس إنفلونزا الخنازير في كل أقطار العالم ليقضي على ثمانية عشر ألف وخمسمئة من سكانه حسب إحصائيات رسمية، وخلال أربعة عقود من الزمن مضت أودى وباء إبولا بإفريقيا بحياة نحو خمسة عشر ألف شخص، فيروس الإيدز الذي يضرب جهاز المناعة يعد الأكثر تسببا في الوفاة من بين الأوبئة المعاصرة بإصابته لثلاث وثلاثين مليون شخص حول العالم(العربي.الجديد، 2020)، وما تعيشه البشرية هذه الأيام شاهد على واحد من أخطر الأوبئة عبر التاريخ، فيروس كورونا حتى كتابة هذه الأسطر والكلمات يحصد أرواح مليون وأربع مئة ألف ممن أصيبوا به حول العالم في حصيلة مرشحة للارتفاع.

تعامل الأنظمة والحكومات مع الجائحة منذ تفشيها كان بتجنيد كل الفاعلين في كل مجتمع بما فيها وسائل الإعلام بمختلف مخرجاتها لرفع مستوى الوعي بخطورة الجائحة وتفادي السلوكيات التي تتسبب في تناقل الفيروس، محليا؛ سعت الجزائر منذ ظهور الوباء لبناء استراتيجية لمواجهة الأزمة تمثلت في التحسيس بخطورة الوباء على الصحة العامة" **استراتيجية التأهب واليقظة".** وآليات الوقاية منه والسلوكيات التي تحد من انتشاره، وكان للوسيط الإعلامي دور في تجسيد هذه الاستراتيجية التي لا تزال ممارساتها مستمرة ما لم يزل الوباء، وهذا ما نسعى للبحث فيه من خلال دراستنا هذه الموسومة بـ" دور وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا وآليات الوقاية منه" لكشف البرامج التي تبثها والسياسات التي تنتهجها وسائل الإعلام الجزائرية لنشر الوعي الصحي والثقافة الوقائية من وباء كورونا، وتسويق السلوك السليم الذي بتوخيه ينحسر الوباء.

1. مفهوم التوعية الصحية:

من أبرز المشكلات المعيقة للتنمية في الدول النامية تلك المتعلقة بالصحة العمومية فأغلب تلك الدول تعاني من الوضع المتردي للمستشفيات الحكومية والمتمثل في عدم قدرتها على استيعاب المرضى وسوء الإدارة والإهمال والنقص الشديد للأدوية والمستلزمات الطبية الأساسية، وسوء حالة المباني والتجهيزات الداخلية والافتقار للأطباء المتخصصين، وغيرها دفعت بالمواطن إلى اللجوء إلى قاعات العلاج الخاصة التي ترهق جيوب ذوي الدخل المتوسط والضعيف لارتفاع تكاليفها، هذا إضافة إلى نقص الوعي الصحي وانعدامه لدى قطاع كبير من المجتمع خصوصا إذا ربطناه بالفئة غير المتعلمة منه(عابدي، 2018، صفحة 52)

والتوعية الصحية هي إدراك للمعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية للسلوك الصحي، أي أنها عملية إدراك الفرد لذاته، وإدراك الظروف الصحية المحيطة، وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع.(حدادي، 2019، صفحة 71)، غير أن هذا التعريف أقرب لشرح مفهوم الوعي الصحي من تحليله لمفهوم التوعية الصحية، فالتوعية الصحية هي محاولة لخلق ذلك الإدراك لتلك المعارف والحقائق الصحية تجاه السلوك الصحي السليم. أو هي- أي التوعية الصحية- عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوكا صحيا جديدا، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم، وخلق وعي صحي لدى أفراد المجتمع وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض التي تهدد الإنسانية، وتربيتهم على القيم الصحية والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع وطبيعة ثقافته(المعايطة، 2014، صفحة 8)

قدم المعايطة تعريفا شاملا لمفهوم التوعية الصحية بوصفه للعملية بأنها تعليم الناس لعادات سليمة، ومساعدتهم على نبذ الأفكار الخاطئة، ومحاولة زرع السلوكيات القويمة فيهم. أما التثقيف الصحي فيهدف إلى تغيير سلوكيات الأفراد الصحية والتأثير فيها من خلال مساعدة الناس على تحسين سلوكهم بما يحفظ صحتهم من خلال السعي المتواصل لتعزيز صحة الفرد والمجتمع ومحاولة منع أو التقليل من حدوث الأمراض وذلك من خلال التأثير على المعتقدات والسلوك فرديا ومجتمعيا(عابدي، 2018، صفحة 51). إذن للمفهومين معنى واحد نسبي وهدف

واحد وهو التربية الصحية السليمة، ونشر الوعي الصحي السوي، فقط يكمن الاختلاف بينهما في السبق الزمني للتوعية كمرحلة تحضيرية نفسية وتعليمية توطئ وتعبد الطريق لعملية التثقيف التي تستهدف بدرجة أكبر السلوك؛ أي أنها تسعى إلى إحداث التغيير في السلوك الصحي العام والفردي.

وترتبط التوعية الصحية بالإعلام في مستويين اثنين؛ أولهما: المستوى التعاوني؛ أي بتوظيف الإعلام بغية تحقيق تنمية للثقافة الصحية، والتعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي، أما المستوى الثاني فهو المستوى الوظيفي؛ والذي يعني تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية، ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع(المعايطة، 2014، صفحة 39).

2. أهمية وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف الصحيين:

إنّ أهمية وسائل الإعلام تكمن في تأثيرها الفردي على جماهير معينة وتأثيرها على تنظيم الحياة الاجتماعية، فالثقافة والمجتمع في تطور وتغير دائمين بسبب الأحداث المتلاحقة للتاريخ كالحروب والكساد الاقتصادي والتقدم التكنولوجي والأوبئة والأمراض، كل ذلك ينعكس على التغييرات في التعقيدات التي يحدثها أفراد المجتمع في سلوكهم(حافظي، 2017، صفحة 104)، لذا يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي لدى الناس من القضايا الهامة، ذلك لأن الصحة من أهم القضايا التي تشكل أولوية بالنسبة لجميع أفراد المجتمع مع ارتفاع مستوى الوعي الصحي لديهم، وإن الوعي الصحي يعد حجر الأساس في الأنماط السلوكية اليومية التي تؤثر بشكل كبير على الحالة الصحية للأفراد، وتعد وسائل الإعلام مصدرا رئيسيا للمعلومات، وتؤدي دورا حيويا في التكوين المعرفي والوجداني والسلوكي للفرد، وذلك عبر زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تكوّن مواقفه وآراءه وسلوكياته فيما بعد، ومن خلال اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أصبحت الأخيرة أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات(المعايطة، 2014، صفحة 40).

وفي ظل تعاظم دور التلفزيون-كأكثر الوسائل الإعلامية شعبية وتأثيرا على الرأي العام وتشكيلا للوعي والثقافة- الذي تتنوع فيه القنوات والبرامج بما يجعلها

تشكل حضورا فعالا داخل التيارات الاجتماعية وتحدث تأثيرها الإيجابي أو السلبي فيها بدءا بالفرد، مرورا بالأسرة وانتهاء بالمجتمع. ومما يميز التلفزيون كوسيلة تثقيفية جمعه بين الصوت والصورة والحركة مما يزيد من حدة التأثير، إضافة إلى احتوائه لكل شرائح المجتمع بكل فئاته ومستوياته التعليمية والثقافية والمعيشية وغيرها...، ومن الخدمات الإعلامية التي يقدمها التلفزيون كوسيلة للتثقيف الصحي نذكر ما يلي(المعايطة، 2014، الصفحات 48-49):

- نشر المعلومات العامة الصحية: فنشر المعلومات السليمة عن الصحة هو أهم عنصر يجب أخذه بعين الاعتبار عند وضع برامج التثقيف الصحي، لأن خلق قاعدة واسعة من المفاهيم الصحية السليمة هو سر نجاح آلية التثقيف الصحي لفئات محددة.

- غرس السلوكيات الصحية: من المسلم به أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرب الناس عليها، وتتعلق خاصّة بالفرد، ونقصد بذلك كيفية تعامله بالأسلوب السليم المبني على القواعد الصحية السليمة.

- تغيير السلوكيات غير الصحيحة: تنتشر في بعض المجتمعات سلوكيات غير صحية كالتدخين والمخدرات، الأمر الذي يعرض المجتمع إلى أمراض خطرة تحرمه من عطاء تلك الفئات المصابة، بل ويكلف النظام خسائر كبرى. مثل هذا الأمر يحتاج برامج متخصصة ذات خطاب محدد لاختيار أساليب فعالة تصل إلى تلك الفئات لتغير من سلوكهم الخاطئ.

- خلق قيادات للتثقيف الصحي: إن أهم عنصر في عمليات التثقيف عبر وسائل الإعلام السمعي البصري هو العنصر البشري، فله دور فعال في تحقيق الغايات المنشودة من الخطاب الصحي، وهذا يتطلب جهدا من مراكز التكوين والتدريب لإعداد قيادات صحية، كما يجب تهيئة كافة المناهج التعليمية لتحقيق تواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة، وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال، والفئات التي تقوم برعاية هذه الأجيال صحيا، إضافة إلى العاملين في مجال الإعلام بوسائلها المختلفة.

وبذكر الأهمية الإعلامية للتثقيف والتوعية الصحيين نشير إلى أن خطة الإعلام في مجابهة الأزمات والكوارث والتوعية والتحسيس بخطورتها تتضمن الأسس التالية(عبد الظاهر، 2013، صفحة 17):

- المصداقية: في إطار حقوق المجتمع والحق في الإعلام يجب أن تتسم البرامج الإعلامية بالمصداقية، وبالتعقل وعدم المبالغة والموضوعية والحياد في تغطية الأحداث وسردها.

- التوازن: حيث تتم تغطية الأحداث بتوازن غير مخل بعيدا عن الإثارة، والعلم بأن التجاهل التام أو التعتيم المتعمد ليس أمرا عمليا ولا مرغوبا فيه، فالحل هو التغطية الموضوعية المتوازنة.

- مسؤولية الإعلام نحو المجتمع: فإن أحد أهداف الخدمة الإعلامية لوسائل الإعلام هو مواجهة الشائعات التي لا أساس لها من الصحة، والتي يتداولها الناس في أثناء الأزمات، وتكون هناك أهمية بالغة بتنسيق المشاركة في إعداد خطط المواجهة الإعلامية، وتفعيل هذه المشاركة من خلال آليات الإعلام التي تخدم هذا التنسيق.

3. دور وسائل الإعلام الجزائرية السمعية البصرية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا (covid 19) وآليات الوقاية منه:

سعت الحكومة الجزائرية منذ تسجيل أول إصابة بفيروس كورونا شهر فيفري الفائت من عام 2020 إلى تشكيل خلية أزمة لمراقبة تطور الوباء، وإقرار استراتيجية اليقظة والتأهب بتجنيد الأطباء وكل الفاعلين للتصدي لأي تطور وبائي في المنطقة، إضافة إلى وضع نظام الرصد والإنذار للاستجابة لأي حالة وبائية مستجدة، بدورها وسائل الإعلام كانت جزءا من نظام اليقظة الذي أقرته الوزارة الوصية، بتوظيف كافة البرامج الإعلامية والإعلانية حرصا على توصيل معلومة صادقة وهادفة في ظل ظروف سادها تفشي الأخبار المغلوطة والشائعات، ففي لقاء صحفي جمعه بقناة **Beur tv** الجزائرية قال الكاتب والصحفي **أمين بلعمري** إنه كان لزاما على وسائل الإعلام التحول نحو إعلام أزماتي لمواجهة ما ينشر من أخبار كاذبة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، وبما أننا نواجه أزمة بلا مخرج فوجب على الدولة إدارة الأزمة على جميع الأصعدة؛ السياسية،

الاقتصادية، الصحية، والاتصالية فخلال هذه الأوضاع الاستثنائية يزداد العمل الصحفي وبالتالي تزداد أهمية التأكد من مصادر المعلومات وتحري صدقها قبل بثها للجمهور المتلقي، هذا وتزداد أهمية الإعلام المؤسساتي كأحد أوجه إعلام الأزمات لذا كان واجبا تقديم المعلومات الدقيقة والصادقة والمدعمة بالإحصائيات والأرقام لتجنب أي مضاربات إعلامية. كان أمرا إلزاميا في زمن لا يمكن فيه حجب المعلومة أو إخفاء الأزمة(بلعمري، 2020).

ومنذ اكتشاف أولى الحالات الوبائية التجأت إذاعة الجزائر الثقافية إلى بث برنامج بعنوان**" وعينا يحمينا؛ وعينا يقضي على كورونا"**، وهو برنامج تفاعلي يرمي إلى المساهمة في رفع درجة الوعي لدى المجتمع الجزائري بخطورة وباء كورونا، وكذا ضرورة الالتزام والتقيد بإجراءات الوقاية واحترام معايير السلامة، يبث البرنامج على مدار أيام الأسبوع السبعة، ابتداء من الساعة الرابعة مساء ولمدة ساعة من الزمن(الإذاعة الثقافية، 2020)، ويحتاج المواطن لوعي ويقظة صحيين لتجنب الإصابة بالوباء لذا أوجد البرنامج ليفتح حلقة نقاشية تفاعلية باستضافة أساتذة وأطباء ونشطاء سعيا للرفع من مستوى الوعي بالوباء وطرائق السلامة الصحية منه.

كما استنجدت وسائل الإعلام الجزائرية في صورة المؤسسة العمومية للتلفزيون والجزائري والشروق نيوز بمشاهير الكرة والرياضة في الجزائر أمثال توفيق مخلوفي، رياض محرز وسفيان فغولي، لتمرير رسائل توعوية للجمهور الجزائري تهدف إلى نشر ثقافة غسل الأيدي باستمرار وتجنب المصافحة واحترام قواعد التباعد الاجتماعي، ففي مقطع فيديو بعنوان" ارفع تحدي حملة غسل الأيادي للمنظمة العالمية للصحة" يظهر رياض محرز قائلا: إخوتي أخواتي، نعيش ساعات عصيبة، احترموا توصيات المصالح الصحية، ابقوا في منازلكم، اغسلوا أيديكم بانتظام، وتجنبوا الاتصال المباشر مع الأشخاص الآخرين، هذا هو الحل لتجنب الإصابة بالوباء(الشروق أونلاين، 2020). في خطوة ذكية لوسائل الإعلام لفعالية خطوات كهذه، كون الجمهور والمعجبين بهؤلاء المشاهير يتقمصون شخصياتهم ويقلدون السلوكيات التي يمارسونها كنوع من الانبهار والإعجاب.

وابتكر التلفزيون العمومي الجزائري شعارا توعويا مفاده **"وعينا يحمينا"** منذ البدايات الأولى لظهور الوباء للفت انتباه المشاهد أن الوعي بمخاطر الوباء واحترام مبادئ السلامة تجنبه ومقربيه الإصابة بالوباء القاتل، وهو شعار يظهر على شكل **هاشتاغ** في أعلى يسار شاشات القنوات العمومية الست، ثم تم تغيير ذلك الشعار ليصبح **"سلامتك بيدك"** حتى تبين للجمهور أن مفتاح سلامة الفرد هو الفرد نفسه إذا ما التزم بقواعد السلامة والوقاية، هذا بمعية تنظيم أيام مفتوحة تضامنية وتثقيفية تسوق للفعل القويم والسلوك السليم، إلى جانب عديد الومضات الإعلانية التوعوية في صورة الحملات ذات المنفعة العامة على غرار حملة: فيروس كورونا، وعينا يحمينا، كلنا نشارك ونطبق التعليمات للقضاء على هذا الوباء، هي ومضة تستغرق ثمان وسبعين ثانية تكشف عن خطورة الوباء مقارنة بالأنفلونزا العادية، وأعراض الفيروس من دوار، وصداع في الرأس، وغثيان وآلام حادة، كما تروج لسلوكيات تحد من انتشار الوباء كارتداء قناع واق وغسل اليدين جيدا وباستمرار، وتبيان أن مسؤولية الوقاية من الداء مسؤولية تشاركية بالقول كلنا نشارك ونطبق التعليمات للقضاء على الوباء، هذا بمعية استظهار بيانات الاتصال بالمصالح المختصة(التلفزيون الجزائري، 2020)

كما تبنت وسائل إعلام عربية وصحفيون وشخصيات عامة هاشتاغ **"خليك بالبيت"**، الوسم كان قد ظهر أول مرة في لبنان، أطلقه مغردون على تويتر بهدف توعية المستخدمين ونشر فيهم ثقافة البقاء بالبيت طيلة فترة الحجر المنزلي المفروض في عدد من الدول، شارك الوسم صحفيون جزائريون على رأسهم الإعلامي **سامي قاسمي**- صحفي بشبكة سكاي نيوز عربية- بفيديوهات توعوية يخاطب فيها من يمارس سلوكيات منافية لأبجديات الوقاية من الوباء ويثير فيهم مشاعر الوحدة والقرابة محذرا كل من يكسر الحجر المنزلي من عواقب عدم التقيد بذلك، كما كان للاتحاد الوطني للصحفيين والإعلاميين الجزائريين مساهمة في الحملة الوطنية والعالمية بنشر مقاطع تثقيفية تستهدف تغيير السلوك السيء وتعويضه بسلوكيات سوية تمنع الوباء من الوصول إلى من هم في دائرة الخطر. هذا إلى جانب تنظيم الاتحاد لخرجات ترفيهية، وأخرى تكريمية تتخللها نصائح

وإرشادات تهدف إلى الحفاظ على الصحة العامة بتوخي سلوكيات معينة. (معلومات أكثر اطلع على: https://www.facebook.com/unjia.bn/?ti=as)

فكان للمشهد الإعلامي حضور قوي طيلة الفترة الماضية منذ أن أعلنت أول حالة وبائية بالجزائر، فكانت البرامج الإعلامية في مقدمة الأنشطة الاتصالية الداعية إلى التقيد بمعايير السلامة وتثقيف المواطن وتوعيته صحيا بغية إزاحته عن دائرة الخطر، كما اعتمدت الوسائل الإعلامية الجزائرية كافة البرامج الإعلانية من حملات توعوية وإعلانات تثقيفية تروج لسلك السلوك الصحي القويم الذي به ينحصر ويزول الوباء، هذا إلى جانب تبنيها لعبارات وأوسمة تخاطب الوجدان في المتلقي وتثير مشاعر المسؤولية في نفسه تجاه ذاته وتجاه المحيطين به والمجتمع ككل.

خاتمة:

في الأخير، وبعد إتمامنا لعرض هذه الورقة البحثية والتي كانت بعنوان "دور وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية في التوعية بمخاطر فيروس كورونا وآليات الوقاية منه" وكذا من خلال عرضنا لنماذج من المساهمة الإعلامية في نشر الوعي تجاه وباء كورونا وتشجيع سلوكيات وممارسات راقية تضاهي حياة فرد أو مواطن أو عائلة بأكملها، وخرجنا بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات، لخصناها في النقاط التالية:

- يلعب الإعلام دورا مهما أوقات الأزمات، فهو ضرورة لا مفر منها بالنسبة للأنظمة والحكومات، وسبيل لتحقيق اكتفاء معرفي ووعي معلوماتي وثقافة سلوكية راقية تجاه الأزمة أو القضية.
- ينشر الإعلام التوعوي معلومات تثقيفية هادفة، غرضها التأثير في عقول المستهدفين منها وإثارة مشاعر المسؤولية والالتزام فيهم وتغيير سلوكياتهم إيجابا بما يحفظ الصحة العامة.
- مارست وسائل الإعلام الجزائرية دورها التوعوي كفاية، حيث جندت كافة البرامج الإخبارية الإعلامية والإعلانية والتظاهرات الاتصالية لإيصال رسالة للمتلقي الجزائري مفادها: "باليقظة يزول الوباء".

- استنجدت وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية بمشاهير الرياضة والفن في الجزائر كونهم أقرب إلى التأثير في الجماهير- بالاستناد إلى فرضية ميل تلك الجماهير إلى تقليد أولئك المشاهير وتقمص شخصياتهم، والأقرب لتغيير سلوكياتهم المنافية لأبجديات السلامة واستبدالها بأخرى تضمن الوقاية من الداء بالنسبة للفرد ولعائلته ومحيطه.

- أن يتوخى الصحفيون ومؤسسات الإعلام كل معايير الصدق والدقة والصحة في نقل المعلومات والأخبار أوقات الكوارث والأزمات لغلق الباب أمام الشائعات التي تزيد من حدة الأزمة وتفاقمها، فما تثيره الأدبيات في هذا الصدد هو أن تتعامل وسائل الإعلام والمؤسسات مع الأزمة بحذر شديد وأن تعزز الأخبار بالإحصائيات والأرقام لتجنب أي مضاربة من أطراف مغرضة.

- أن تسخر وسائل الإعلام كل إمكانياتها البشرية والمادية والتكنولوجية لدراسة المتلقي وتوجهاته وآرائه، ومعرفة خصائصه وسلوكياته، فهي تساعد في وضع البرامج الناجعة والفعالة في التوعية والتثقيف، والمناسبة لكل فئة جماهيرية وفقا للمعطيات المحصل عليها وبناء على ما أسفرت عنه نتائج دراسات الجمهور.

-أن تنتهج وسائل الإعلام الجزائرية في مواجهة هذا الوباء سياسة التنويع في البرامج الإعلامية والإعلانية لتصيب أكبر فئة من الجمهور المستهدف، مع استهداف تغيير السلوك المنحرف واستبداله بممارسات صحية قويمة، على أن تحمل تلك الرسائل الإعلامية في طياتها كل الاستمالات العقلية والعاطفية واستمالات التخويف لتحقق الأثر المطلوب وبفعالية أكبر.

- إن أهم عنصر في عمليات التثقيف عبر وسائل الإعلام السمعي البصري هو العنصر البشري، فله دور فعال في تحقيق الغايات المنشودة من الخطاب الصحي، وهذا يتطلب جهدا من مراكز التكوين والتدريب لإعداد قيادات صحية، كما يجب تهيئة كافة المناهج التعليمية لتحقيق تواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة، وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال، والفئات التي تقوم برعاية هذه الأجيال صحيا، إضافة إلى العاملين في مجال الإعلام بوسائلها المختلفة.

قائمة المراجع:

1. الإذاعة الثقافية .(2020). إذاعة الجزائر الثقافية، Récupéré surhttps://www.radioalgerie.dz/culture/ar/%D9%88%D8%B9%D9%8A%D9%86%D8%A7%D9%8A%D8%AD%D9%85%D9%8A%D9%86%D8%A7

2. التلفزيون الجزائري .(20 03 ,2020). التلفزيون الجزائري، Récupéré sur: https://www.entv.dz/%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A9%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%85%D9%86%D9%81%D8%B9%D%A9%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9/

3. الشروق أونلاين .(30 04 ,2020). الشروق أون لاين Récupéré sur : https://www.echoroukonline.com/%D9%85%D8%AD%D8%B1%D8%B2%D9%88%D8%B9%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%BA%D9%88%D9%84%D9%8A%D9%88%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%88%D8%A8%D9%88%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D9%88/

4. العربي. الجديد .(28 09 ,2020). كورونا ليس أكثر الأوبئة فتكا رغم تجاوز ضحاياه المليونRécupéré sur: العربي الجديدalaraby.co.uk

- المعايطة، م.ع .(2014). دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي .جامعة البتراء، الأردن.

5. بلعمري، أ .(13 04 ,2020). دور المؤسسة العسكرية ووسائل الإعلام في مواجهة فيروس كورونا بالجزائر Récupéré sur . https://www.youtube.com/watch?v=fJnhj9jukR4

6. حافظي، س. .(2017) مدى تأثير وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المجتمع . مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية(6) .

7. حدادي، (06 ,2019) دور الإعلام المحلي في التوعية الصحية بمرض سرطان الثدي لدى النساء الماكثات بالبيت .مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ.

8. عابدي، ل. .(2018) دور الإعلام المحلي في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية.

9. عبد الظاهر، و.ح .(2013) .دور وسائل الإعلام في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية .جامعة أم القرى، السعودية.

10. الصفحة الرسمية للاتحاد الوطني للصحفيين والإعلاميين الجزائريين على الفايسبوك: https://www.facebook.com/unjia.bn/?ti=as

المنظور الأكاديمي للتغطية الإعلامية الوطنية وفعاليتها في تنمية الوعي الصحي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا

دراسة استطلاعية على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03

1-أمال رقيبة 2-صدام رايس

1- جامعة الجزائر 03/ rguiba.amel@univ-alger3.dz

2- جامعة الجزائر 03/rais.sadam@univ-alger3.dz

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة التعرف على واقع التغطية الإعلامية الوطنية، ومدى فعاليتها في تنمية الوعي الصحي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، وقد تألفت عينة الدراسة العشوائية من(20) مفردة، طور خلالها الباحثان استمارة الكترونية تضمنت محورين رئيسيين لقياس متغيرات الدراسة، وأكدت النتائج المتوصل إليها تميز المشهد الإعلامي الوطني خلال الجائحة بغياب استراتيجية وخطة إعلامية واضحة المعالم، أنتجت أدوارا عكسية للإعلام الوطني على تصورات وقناعات وسلوكيات الأفراد تجاه جائحة كورونا وقضاياها.

الكلمات المفتاحية:

المنظور الأكاديمي، التغطية الإعلامية، الوعي الصحي، الفرد الجزائري، جائحة كورونا.

مقدمة:

إن ثنائية وسائل الإعلام والتوعية الصحية تمثل القاعدة التي يتأسس عليها المناخ الصحي في أيامنا هذه، فكمال الصحة مطلب أساسي لا يتوقف على توفير الشروط المادية والبيولوجية فقط لتحقيقه، لكنه يتجاوز ذلك للشروط الاتصالية في سبيل التوعية والتثقيف وخلق المعرفة الصحية، وهنا يمكن للإعلام بمختلف أصنافه المرئي والمسموع والمقروء ونظيره الرقمي مدعما بخاصية التفاعلية، أن يبرز كشريك فعال في عملية التنمية الصحية، مستعينا في ذلك بخاصية الانتشار الواسع التي يتميز بها والتي تجعله يتمتع بنفوذ قوي وأثر كبير في تغيير سلوك وممارسات الأفراد وتنمية اتجاهاتهم الصحية، خاصة في ظل العديد من التحديات التي تواجه النظام الصحي العالمي، من ضمنها توسع خريطة الأمراض وظهور أوبئة جديدة غير قابلة للاحتواء بسهولة كوباء كورونا (covid19).

مشكلة الدراسة:

شهدت الجزائر على غرار دول العالم انتشار جائحة كورونا على أراضيها، وذلك منذ 03 مارس 2020 تاريخ تسجيل أول حالة رسمية في البلاد، صاحب ذلك تغيرات عميقة على مختلف البنى المشكلة للمجتمع، وشهدت تحديات غير مسبوقة شملت آثارها مختلف مجالات الحياة، ما خلق حالة من الارتباك والفوضى والحاجة للمعرفة لفهم مستجدات الوضع، خاصة في ظل انتشار الشائعات وعدم دقة المعلومات وتضارب الآراء، ما يحتم ضرورة السيطرة على الوضع وتبني منظومة اتصال فعالة تتوافق والوضع القائم، مهمتها مواكبة وتغطية التطورات وتوصيل المعلومات الدقيقة لكل فئات المجتمع في وقتها وبالصورة المطلوبة، هنا يبرز دور وسائل الإعلام الوطنية بمختلف أنواعها التقليدية والرقمية لتعزيز المعرفة الصحية لدى الأفراد عبر المضامين والبرامج الصحية المعدة لهذا الغرض، غير أن هذا الأمر يشكل تحديا أمامها كونها غير مهيأة للممارسة الإعلامية في مثل هذا النوع من الأزمات التي تتطلب استراتيجية وخطة إعلامية محددة مبنية على الشراكة مع كل المؤسسات الاتصالية وفواعل المجتمع وأصحاب القرار، وعلى هذا الأساس تحاول هذه الدراسة الوقوف على

طبيعة التغطية الإعلامية الوطنية خلال أزمة جائحة كورونا، ودورها في تنمية المعارف الصحية وتكوين الاتجاهات نحو هذه الأزمة من وجهة نظر أصحاب الاختصاص من أساتذة الإعلام والاتصال، وانطلاقا مما سبق طرحنا الإشكالية الآتية: **كيف ينظر أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 للتغطية الإعلامية الوطنية وأدوارها في تنمية الوعي الصحي للفرد الجزائري خلال جائحة كورونا؟**

ومن أجل أن نصل إلى تصور أكثر تكاملا عن هذه المشكلة نطرح بالإضافة إلى ذلك التساؤلات الآتية:

- ما هو واقع التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03؟
- ما مدى إسهام هذه التغطية في تنمية الوعي الصحي للفرد الجزائري خلال جائحة كورونا من منظور أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03؟

3.أهداف الدراسة: نهدف في هذه الدراسة إلى تحقيق النقاط الآتية:

- معرفة خصوصية التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا.
- مدى مساهمة المرافقة الإعلامية الوطنية في تنمية الوعي المجتمعي بمخاطر الوباء وسبل الوقاية منه.
- الإحاطة بالأدوار التي اضطلع بها الإعلام الوطني في إطار جهوده للتوعية خلال أزمة كورونا.

4.أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى إلى رصد أولويات القضايا المختزنة في الذهنية الفردية والجماعية لدى الأسرة الأكاديمية ممثلة في أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، حول الأداء الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا وقدرته على التأثير الإيجابي على المتلقي، فرؤية المختص تختلف تماما عن رؤية الإنسان العادي، فهو يمتلك نظرة تمحيصية نقدية بناء على مدركات فكرية يمتلكها، فتكون له القدرة على تحليل الظاهرة وتفسيرها واقتراح حلول لها، ومن هنا تظهر قوة هذه الدراسة.

5.تحديد مفاهيم الدراسة:

1.5المنظور الأكاديمي:

هي وجهة نظر وتوجهات الاختصاصيين في مجال تخصصهم وميدان بحثهم، وهي تلك الجهود المنظمة المتراكمة التي تؤهلهم للبث في القضايا المختلفة في نطاق تخصصهم.

إجرائيا:

هي وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 حول طبيعة التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا، ودورها في خلق المعرفة الصحية للجزائريين خلالها.

2.5 التغطية الإعلامية:

هي العملية التي يقوم بموجبها الصحفي أو الإعلامي لمختلف المؤسسات الإعلامية للحصول على المعلومات عن التطورات والتفاصيل المتعلقة بالجوانب المختلفة للأحداث والوقائع والتصريحات، لتلبية حاجة المتلقي للمعلومات والحقائق حول القضايا المختلفة التي تصنع الحدث. (الحتو، 2012، ص.186)

إجرائيا:

هي كافة المضامين والمواد بمختلف الأشكال الإعلامية والإخبارية التي قدمتها كافة وسائل الإعلام الوطنية خلال أزمة جائحة كورونا في الجزائر.

3.5 الوعي الصحي:

هو المعرفة وتكوين الميول والاتجاهات لبعض القضايا الصحية المناسبة للمرحلة العمرية بما ينعكس إيجابا على السلوك الصحي اليومي، ويبدأ الوعي الصحي باكتساب الأفراد الحقائق الصحية والتي تتحول إلى شعور وجداني من خلال اتجاهات صحية معينة تتكون لديه وتؤثر في النهاية على ممارساته وعاداته والتي تظهر على هيئة سلوكيات صحية وسليمة. (القص،2013، ص.179)

إجرائيا:

هو إلمام الفرد الجزائري بالحقائق والمعلومات حول جائحة كورونا وقضاياها، وممارستها وتطبيقها قصدا في حياته اليومية نتيجة تعرضه لرسائل التغطية الإعلامية الوطنية.

4.5 الفرد الجزائري:

هو كل شخص يحمل جنسية الدولة الجزائرية الديمقراطية الشعبية، يتمتع بكل حقوقه في المواطنة، ويخضع لكل قوانين الدولة ويؤدي واجباته تجاه الوطن.

إجرائيا:

هم كل أفراد الشعب الجزائري الذين يعيشون ضمن هذا السياق الوبائي، ويتعرضون لمختلف وسائل الإعلام والاتصال الوطنية لتلبية حاجاتهم ورغباتهم من المعلومات حول جائحة كورونا.

5.5 جائحة كورونا:

هي جائحة عالمية مستمرة حاليا، سببها فيروس كورونا المتعلق بالمتلازمة التنفسية الحادة، ظهر الوباء لأول مرة في مدينة" ووهان الصينية " في ديسمبر 2019، لينتشر في سائر أنحاء العالم ويتحول بذلك إلى جائحة مشكّلا حالة طوارئ عامة. يتميز بسرعة الانتشار وصعوبة الاحتواء، راح ضحيتها الملايين من المصابين بالعدوى والموتى، ولا تزال الأرقام مرشحة للارتفاع في ظل غياب دواء فعال.

إجرائيا:

هي الجائحة التي ألمت بالجزائر منذ 03 مارس 2020 تاريخ تسجيل أول إصابة رسمية، وهي امتداد للسياق الوبائي العالمي وما صاحبه من تغييرات في مناحي الحياة.

6.منهجية الدراسة وأدواتها:

1.6 حدود الدراسة:

-**الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بولاية الجزائر العاصمة.

-**الحدود الزمنية:** تم تطبيق البحث في مرحلة المداولات المتأخرة للعام الجامعي 2019-2020.

-**الحدود المكانية:** تم اختيار جامعة الجزائر 03 كلية علوم الإعلام والاتصال مكانا لتطبيق البحث.

2.6منهج الدراسة وأدواته:

يعتمد البحث بالدرجة الأولى على المنهج المسحي لتوافقه وطبيعة البحث وأهدافه، حيث يسعى هذا المنهج إلى وصف الظاهرة المراد دراستها من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، ويكون ذلك من خلال استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة منهم(انصورة، 2015، ص.53)، وقد لجأنا في هذه الدراسة إلى **أسلوب المسح بالعينة** من خلال اختيار عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، وقد اكتفينا بالجداول التكرارية والنسب المئوية لوصف الظاهرة كما هي وقمنا بتحليل البيانات، واستكمالا لمنهج البحث استخدمنا أداة بحثية لجمع وتحليل المعلومات والمتمثلة في الاستمارة.

3.6 **مجتمع الدراسة وعينته:**

يعرف مجتمع البحث على أنه جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، فهو جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة(بن مرسلي،2013،ص.141)، وفي بحثنا هذا يتمثل مجتمع البحث في الأساتذة الجامعيين الجزائريين، وتمثلت وحدة التحليل في أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 والتي تزاول نشاطها الأكاديمي للسنة الجامعية 2021/2020، وكان المجال المكاني محددا بالجزائر العاصمة، وتتكون مفردات الدراسة من أساتذة الإعلام والاتصال بكلية علوم الإعلام والاتصال بالعاصمة، والجدول أدناه يمثل صفات أفراد العينة من حيث الدرجة العلمية:

جدول رقم (01): يوضح خصائص العينة من حيث الدرجات العلمية

المتغيرات	التكرار	النسبة
أستاذ مؤقت/متعاقد	04	%20
أستاذ مساعد(ب)	03	%15
أستاذ مساعد(أ)	02	%10
أستاذ محاضر(ب)	04	%20
أستاذ محاضر(أ)	05	%25
أستاذ دكتور	02	%10
المجموع	20	%100

اخترنا عينة عشوائية قوامها (20)أستاذا وأستاذة من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، وتم توزيع استمارة استبيانيه عليهم بطريقة

إلكترونية تتضمن أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة؛ حيث تضمنت (05) أسئلة حول واقع التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 كلية علوم الإعلام والاتصال، و(05) أسئلة أخرى حول مدى فعالية هذه التغطية في تنمية الوعي الصحي للفرد الجزائري خلال الجائحة من نفس المنظور دائما.

7.تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

1.7المحور الأول: واقع التغطية الإعلامية الوطنية خلال أزمة جائحة كورونا

جدول رقم 02: يمثل مميزات المشهد الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا من منظور مفردات العينة:

مميزات المشهد الإعلامي الوطني	التكرار	النسبة
تبني استراتيجية وخطة إعلامية واضحة	00	%00
اتخذت التغطية طابع إعلام الأزمة	03	%8.33
تفعيل أدوار الإعلام الصحي العلمي المتخصص	01	%2.77
جعل الجائحة في صدارة الأجندة وتغييرات في البرمجة	11	%30.55
شراكة إعلامية مؤسساتية وتبني خطاب موحد	04	%11.11
طغت عليها الحسابات والإيديولوجيات السياسية	08	%22.22
الارتباك والتخبط الإعلامي	09	%25
المجموع	36	%100

يركز الجدول أعلاه على واقع المشهد الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا، حيث يرى (30.55 %) من أفراد العينة أنه تميز بتغييرات كبيرة على مستوى البرمجة وجعل من الجائحة في صدارة الأجندة الإعلامية، ويرى (25%) من المبحوثين أن الارتباك والتخبط الإعلامي خيم على المشهد بصفة عامة، بينما يذهب(22.22 %) إلى طغيان الحسابات والإيديولوجيات السياسية على العمل الإعلامي، في حين يذهب (11.11 %) إلى القول بوجود شراكة إعلامية مؤسساتية وخطاب موحد خلال الوباء، بينما يشير (8.33%) إلى اتخاذ التغطية طابع إعلام الأزمة، وتفعيل أدوار الإعلام الصحي المتخصص بالنسبة لـ (2.77 %)من مجمل العينة. من خلال مساءلة أرقام الجدول يظهر أن الإعلام الوطني على غرار الإعلام العالمي اهتم بإدارة جائحة كورونا اتصاليا غير أن ذلك لم يتصاحب مع وضع وتبني استراتيجية وخطة إعلامية واضحة تستجيب للمعايير العلمية والأكاديمية

المعروفة؛ حيث لم تكن مهيأة لإدارة مثل هذه الأزمة ما نتج عنه الارتباك والتخبط الإعلامي خاصة في ظل سيطرة الإيديولوجيات السياسية على المشهد الإعلامي، فلم يعتمد على الإعلام كشريك استراتيجي في إدارة الأزمة بل اكتفى بدور نقل الأخبار والمعلومات.

جدول رقم 03: يمثل التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا حسب الأداء العام

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الالتزام بالموضوعية وتقديم الواقع كما هو	02	%10
الدقة والشمولية في تغطيتها للأحداث	02	%10
الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية في معالجة الأزمة وقضاياها	01	%5
تغطية غير مؤسسة بحيث لم تكن مهيأة لإدارة الأزمة	15	%75
المجموع	20	%100

يتطرق الجدول رقم (3) إلى تقييم الأسرة الأكاديمية للأداء العام للتغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا؛ حيث يذهب أغلبية المبحوثين بنسبة (75%) إلى كونها تغطية غير مؤسسة بحيث لم تكن مهيأة لإدارة الأزمة، و(10 %) يقولون بالتزامها بالموضوعية وتقديم الواقع كما هو، والنسبة ذاتها للذين قالوا إنها التزمت بالدقة والشمولية في تغطيتها للأحداث، و(5 %) يرون بأنها التزمت بأخلاقيات المهنة الصحفية في معالجة الأزمة وقضاياها.

ما يمكن أن نستنتجه من تحليل بيانات الجدول أن أغلبية مفردات العينة متفقون على أن المنظومة الإعلامية الوطنية العمومية والخاصة لم تكن مهيأة كما ينبغي لإدارة هذه الأزمة وهذا راجع لغياب الصناعة الإعلامية في جميع التخصصات، فتغطية الأزمات بصفة عامة والأزمات الصحية في حجم جائحة كورونا يتطلب وضع استراتيجية تواصلية متعددة الأبعاد وبمشاركة العديد من التخصصات تحت مظلة الأبحاث العلمية، وهذا غير متوفر على مستوى الإعلام الوطني.

جدول رقم 04: يمثل خصائص المنتج الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا

خصائص المنتج الإعلامي الوطني	التكرار	النسبة
تنوع في الأشكال البرامجية والقوالب الصحفية	04	%11.42
الاستناد على طاقم صحفي كفء ومتخصص	01	%2.85
الاعتماد على أصحاب الاختصاص من مختلف المجالات	06	%17.14
تنوع البرامج بين التثقيف والتوعية والترفيه	04	%11.42
الضبط الجيد لوقت وطريقة ومستويات ارسال الأخبار وأهميتها	02	%5.71
معالجة القضايا بطريقة سطحية	12	%34.28
آنية المعلومات ومن مصادرها الرسمية	06	%17.14
المجموع	35	%100

يذهب المبحوثون في تقييمهم لخصائص المنتج الإعلامي خلال جائحة كورونا، كونه عالج القضايا المرتبطة بالجائحة بطريقة سطحية بنسبة 34.28%، بينما يرى (17.17 %) أنه التزم بآنية تقديم المعلومات ومن مصادرها الرسمية، وكذا اعتمد على أصحاب الاختصاص من مختلف المجالات بالنسبة ذاتها، (11.42%) من مفردات العينة يرون أن المنتج الإعلامي تميز بتنوع الأشكال البرامجية بين التثقيف والتوعية والترفيه، والضبط الجيد لطريقة ومستويات إرسال المعلومات بنسبة (5.71 %)، بينما يذهب (2.85 %) إلى أنه اعتمد على طاقم صحفي كفء.

بناء على ما سبق ذكره يتضح جليا أن مخرجات التغطية الإعلامية الوطنية لقضايا جائحة كورونا لم تكن بالعمق المطلوب، فالتواصل لغرض التوعية الصحية لا يقتصر على شرح مسببات الأمراض والمخاطر فقط بل يتعدى ذلك إلى تقديم المساعدة والحلول حول كيفية التصرف خلال الأزمة، بالرغم من الجهود التي بذلتها وسائل الإعلام الوطنية من مختلف الأنحاء إلا أنها لم تحقق تطلعات المتلقي الذي وجد نفسه يبحث عن مصادر أخرى لتلبية حاجياته ورغباته وربما تكون غير موثوقة في الغالب، وهذا راجع للعديد من التراكمات في علاقة الفرد الجزائري مع منظومته الإعلامية الوطنية.

جدول رقم 05: يمثل أساليب الاتصال الطاغية على الخطاب الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا

الاقتراحات	التكرار	النسبة
أسلوب الخطاب الشامل المراعي لمختلف الفئات والمستويات	04	%12.5
التواصل والتفاعل الدائم مع المواطن والجهات المعنية	02	%6.25
أسلوب الإثارة العاطفية والوطنية	10	%31.25
المعالجة بالدعاية والبرمجة الفكرية	07	%21.87
المعالجة بالتهوين أو التهويل أو الإضافة	09	%28.12
المجموع	32	%100

يركز هذا الجدول على أهم الأساليب الاتصالية التي طغت على الخطاب الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا، يذهب(31.25 %) من أفراد العينة إلى أنها اعتمدت أسلوب الإثارة العاطفية والاستمالات الوطنية، بينما يرى(28.12 %) بأن المعالجة محرفة بالتهوين أو التهويل أو الإضافة، في حين يركز (21.87 %) من مجموع أفراد العينة على تبني أسلوب المعالجة بالدعاية والبرمجة الفكرية، وأسلوب الخطاب الشامل بالنسبة لـ (12.5%)،و(6.25%) للتواصل والتفاعل الدائم مع المواطن والجهات المختصة.

ما يمكن أن نستخلصه من تحليل بيانات الجدول رقم (5) هو أن أسلوب الخطاب الإعلامي تنوع وتعدد؛ حيث تركز على ضرورة استمالة الفرد الجزائري إلى الاستجابة للإجراءات بكل الأساليب واللعب على وتر الوطنية غير أن هذا لم ينجح في إقناع المتلقي، كما شهد الخطاب العام نوعا من التضليل وتشويه الحقائق ومحاولة استغلال الجائحة لتمرير الأجندات السياسية والتستر على عيوب المنظومة الوطنية للصحة، وهذا موجود خاصة في الإعلام الرسمي، ما يتنافى مع المسؤولية الاجتماعية للإعلام خلال الأزمات.

جدول رقم 06: أهم الأبعاد والمتغيرات التي أثرت على مسار التغطية الوطنية خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الأساتذة

الاقتراحات	التكرار	النسبة
لم تكن مهيأة لإدارة أزمة مثل هذا النوع	04	%14.81
لا تطبق مفهوم الإعلام الصحي المتخصص وتغييب أصحاب الاختصاص	07	%25.92
سيطرة النفوذ السياسي على المشهد الإعلامي خلال الأزمة	10	%37.03
غياب الصناعة الإعلامية وضعف قطاع الإعلام والاتصال	03	%11.11
ضبابية المشهد من حيث المعلومات	03	%11.11
المجموع	27	%100

يمثل الجدول رقم(6) وجهة نظر مفردات العينة حول أهم الأبعاد والمتغيرات التي تدخلت في عملية التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا، ويذهب (37.03 %) منهم إلى أن أهم هذه المتغيرات هو سيطرة النفوذ السياسي على المشهد الإعلامي خلال الأزمة، وكونها لا تطبق مفهوم الإعلام الصحي المتخصص بنسبة (25.92 %)، بينما يرجح (14.81 %) كونها لم تكن مهيأة لإدارة أزمة مثل هذا النوع، وضبابية المشهد من حيث المعلومات وغياب الصناعة الإعلامية والاتصال وضعف قطاع الإعلام بنسبة (11.11 %) لكليهما.

نستنتج أن التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا اصطدمت بهيمنة السلطة السياسية على المشهد الإعلامي واتباع سياسة الغلق على مصادر المعلومات ما جعلها تكتفي بالمستوى الثاني من التغطية وهو نقل الأخبار والتوعية، ناهيك عن عدم توفر الإعلام الصحي المختص الذي قوض جهودها في التوعية والتأثير على المتلقي، وكل هذا في ظل غياب الصناعة الإعلامية الأكاديمية وتقديم الإشهار والأرباح على المضمون، ما أضعف قطاع الإعلام والاتصال وقابليته للتعاطي مع الأزمات الطارئة، وبالتالي الفشل في احتواء الوضع.

2.7 المحور الثاني: فعالية التغطية الإعلامية الوطنية في تنمية الوعي الصحي للفرد الجزائري خلال جائحة كورونا

جدول رقم 07: مدى إسهام المرافقة الإعلامية الوطنية للفرد خلال جائحة كورونا في تنمية وعيه الصحي بقضاياها

المتغيرات	التكرار	النسبة
نعم	12	%60
لا	08	%40
المجموع	20	%100

يرى (60 %) من أفراد العينة أن التغطية الإعلامية خلال جائحة كورونا أسهمت في تنمية الوعي الصحي لدى الفرد الجزائري، بينما يرى (40 %) أنها فشلت في ذلك، لأن الإعلام الوطني بذل مجهودات في سبيل رفع المدركات حول الجائحة غير أن الجهود لم تكن كافية ولا بالدقة المطلوبة مما جعل تأثيرها محدودا نوعا ما.

جدول رقم 08: مبررات المبحوثين حول فعالية التغطية الإعلامية في نشر الوعي الصحي خلال جائحة كورونا من عدمه:

المتغير	الاقتراحات	التكرار	النسبة
نعم	توفر الحملات والبرامج المهتمة بتنمية المعارف حول الجائحة	04	%23.52
	بث كم هائل من المعلومات	07	%41.17
	متابعة الأحداث والأخذ بالاحتياطات	06	%35.29
	المجموع	17	%100
لا	لا تمتلك المصداقية واكتفت بنقل الأخبار	05	%38.46
	عدم ثقة الفرد الجزائري فيها	03	%23.07
	تفضيل القنوات الأجنبية ومواقع التواصل كمصدر للمعلومة	05	38.46
	المجموع	13	%100

يرجع (60 %) من المبحوثين والذين قالوا بمساهمة التغطية الوطنية في تنمية الوعي الصحي خلال جائحة كورونا ذلك إلى أنها بثت كمّا هائلا من المعلومات بنسبة (41.17 %)، ومكنت الأفراد من متابعة الأحداث، وأسهمت في اتخاذهم للاحتياطات بنسبة (35.29 %)، وكونها توفر الحملات التوعوية والبرامج المهتمة بتنمية المعارف حول الجائحة بنسبة(23.52 %)، بينما يرجع (40 %)من أفراد

العينة والذين قالوا بعدم إسهامها في الوعي الصحي حول قضايا كورونا ذلك إلى كونها لا تمتلك المصداقية واكتفت بنقل الأخبار، وكذا تفضيل الأفراد للقنوات الأجنبية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة بالنسبة ذاتها (38.46%)، و(23.07 %) يقولون بعدم ثقة المواطن الجزائري فيها ومضامينها.

النسبة الأكبر من أفراد العينة تقر بفعالية التغطية الإعلامية الوطنية وإسهامها في رفع الوعي المجتمعي حول الوقاية من مخاطر الجائحة؛ حيث نجحت نوعا ما في توفير سقف المعلومات المطلوب، غير أن هذه الجهود تصطدم بالواقع الذي يثبت غياب الوعي الصحي وانتشار السلوكيات السلبية والتي مردها عقلية الفرد الذي يتعمد عدم تطبيق السلوكيات الصحية رغم علمه بعدم صواب ما يقوم به، فالوعي الصحي في الجزائر تتحكم فيه العديد من المتغيرات منها ما هو مرتبط بمصدر الرسالة ومنها ما هو متعلق بالفرد وبينهما سياقات تفرض نفسها هي الأخرى.

جدول رقم 09: يمثل أدوار الأداء الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا في إطار جهوده لتنمية الوعي الصحي للفرد

الاحتمالات	التكرار	النسبة
تهيئة الجمهور للاستعداد للوباء قبل بدايته وخلاله	01	%3.12
وسعت دائرة المدركات ورتبت الأولويات إزاء الجائحة	04	%12.5
طمأنة المواطن وإزالة كل الأفكار والتصرفات الخاطئة	07	%21.87
التصدي للشائعات بتقديم معلومات دقيقة وموثوقة	03	%9.37
مساءلة الإحصائيات وتقييم الإجراءات الرسمية ونقدها	03	%9.37
أدوار عكسية حيث زادت من حدة القلق والغموض	14	%43.75
المجموع	32	%100

يجمل هذا الجدول أهم الأدوار التي اضطلع بها الإعلام الوطني خلال جائحة كورونا، حيث يرى(43.75 %) من أفراد العينة أنه كان لها أدوار عكسية حيث زادت من التوتر والخوف وحدة القلق، بينما في المقابل يرى (21.87 %) أنها نجحت في طمأنة المواطن وإزالة كل الأفكار والتصرفات السلبية لديه، بينما(12.5%) يذهبون إلى أنها وسعت دائرة المدركات ورتبت الأولويات تجاه الجائحة، وأسهمت في التصدي للشائعات ومساءلة الإحصائيات والإجراءات الرسمية بنسبة (9.37%)

لكليهما، بينما يرى(3.12 %) من أفراد العينة أنها عملت على تهيئة الجمهور للاستعداد للوباء.

مما سبق، يتضح جليا أن الممارسة الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا كانت لها أدوار عكسية على تصورات وقناعات وسلوكيات الفرد الجزائري؛ حيث لم تنجح في تهيئة الجو الاتصالي المناسب لتسهيل عملية تلقي المعلومات حول الجائحة، وبالتالي محدودية اكتساب المعارف الصحية، حيث تركت المجال واسعا أمام الشائعات والأفكار المغلوطة التي تؤثر على توجهات الأفراد الصحية وتخلق مظاهر الخوف والقلق، وهذا الأمر نتج عن عدم كفاءة التغطية الإعلامية من جهة، وعدم ثقة المواطن الجزائري في ما تقدمه، ما دفعه للبحث عن جهات أخرى لتلبية رغباته التي وجدها في منصات التواصل الرقمي.

جدول رقم 10: مظاهر التغطية الإعلامية الوطنية على واقع وتصورات الأفراد خلال جائحة كورونا

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نماء المدركات حول الجائحة والالتزام بالإجراءات الوقائية	04	%9.30
انتشار الشائعات و الأخبار المضللة	10	%23.25
الاستهتار بالوباء وخطورته والتهاون في الوقاية	09	%20.93
استعادة وسائل الإعلام التقليدي مكانتها كمصدر رئيسي للمعلومات	07	%16.27
أصبح الفضاء الرقمي فاعل رئيس في الأزمة	13	%30.23
المجموع	43	%100

يوضح لنا الجدول أعلاه انعكاسات التغطية الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا على واقع وسلوكيات الفرد الجزائري، حيث إنّ ما نسبته (%30.23) من أفراد العينة يتحدثون على سيطرة الإعلام الرقمي كمصدر فاعل للمعلومات الصحية، ويذهب(23.25 %) من أفراد العينة إلى انتشار الشائعات والأخبار المضللة، كما أنّ من مظاهر التغطية الإعلامية الوطنية خلال كورونا الاستهتار بالوباء وخطورته والتهاون في الوقاية حسب (20.93 %)، بينما يركز (16.27 %) من العينة ذاتها على استعادة وسائل الإعلام التقليدي مكانتها كمصدر رئيسي للمعلومات، أمّا(9.30 %) يذكرون إسهامها في نماء المدركات حول الجائحة والالتزام بالإجراءات الوقائية.

ما يمكن قوله بعد الاطلاع على بيانات الجدول أعلاه أن مواقع التواصل الرقمي سيطرت على الساحة الإعلامية بما يصاحب ذلك من مخاطر نظرا لغياب الرقابة والضوابط التي تحكمها؛ حيث أسهمت في نشر الشائعات والأخبار المضللة، ناهيك عن انتشار خلطات وعقاقير لعلاج الكورونا وهذا زاد من ضبابية الوضع الوبائي، ومن صعوبة التحكم فيه، وهذا نتيجة ترك الإعلام التقليدي الساحة فارغة بالرغم من أنه استعاد جزءا من جماهيره الباحثين عن المصداقية.

هذا الفراغ الاتصالي والإعلامي أسهم في فشل التغطية الإعلامية الوطنية في مهمة رفع الوعي الصحي ونماء المدركات حول الكورونا وقضاياها، وزاد من لا مسؤولية الأفراد في التهاون بسبل الوقاية.

جدول رقم 11: أهم العناصر الكفيلة بتحسين فعالية التغطية الوطنية خلال جائحة كورونا حسب المبحوثين

اقتراحات	التكرار	النسبة
تفعيل أدوار الإعلام الصحي المتخصص إعلاميا وأكاديميا	08	%24.24
كسب ثقة الجمهور بالدقة والموضوعية في نقل المعلومات	11	%33.33
الاستناد على أصحاب الاختصاص	05	%15.15
تطوير وتحسين مستوى الإعلام الوطني	04	%12.12
اعتماد سياسة إعلامية شفافة تتوافق ومتطلبات إدارة الأزمة	05	%15.15
المجموع	33	%100

يمثل الجدول أعلاه أهم الاقتراحات التي قدمها أفراد العينة في سبيل تحسين فعالية التغطية الإعلامية الوطنية في تنمية الوعي الصحي للمواطن الجزائري خلال جائحة كورونا؛ حيث يقترح(33.33 %) منهم ضرورة كسب ثقة الجمهور بدقة وموضوعية نقل المعلومات، بينما يركز(24.24 %) على ضرورة تفعيل أدوار الإعلام العلمي المتخصص، ويذهب (15.15 %) إلى حتمية اعتماد سياسة إعلامية شفافة تتوافق ومتطلبات إدارة الأزمة الحالية، وكذا ضرورة الاستناد إلى أصحاب الاختصاص بالنسبة ذاتها، بينما يدعو(12.12 %)من المبحوثين إلى ضرورة تطوير وتحسين الإعلام الوطني.

قدم المبحوثون اقتراحات جيدة جدا، سيسهم تفعيلها دون شك في الرفع من قدرة الإعلام الوطني في التأثير على الوعي الصحي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة

كورونا، والذي يمكن أن يتحسن من خلال العمل على مصداقية ما تقدمه من معارف وجهود، بالإضافة إلى تطوير أساليبها ووسائلها الاتصالية من خلال تطبيق أبجديات الإعلام الصحي المتخصص، والاستناد إلى أصحاب الاختصاص لضمان دقة ما تقدمه وفعاليته بالاستعانة بالبحث العلمي في دراسة سلوكيات وتفضيلات الفرد الجزائري، وكل هذا في ظل توفر سياسة إعلامية وطنية والإرادة القوية لتفعيل جهود التثقيف والتوعية الصحية.

8.نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- تميز المشهد الإعلامي الوطني خلال جائحة الكورونا حسب أساتذة الإعلام والاتصال بغياب استراتيجية وخطة إعلامية واضحة لإدارة الأزمة؛ حيث سيطر الارتباك والتخبط الإعلامي على مخرجات هذه التغطية.
- سطوة الإيدولوجيا السياسية على الممارسة الإعلامية الوطنية خلال جائحة كورونا، حيث لم يتم الاعتماد على وسائل الإعلام كشريك استراتيجي، واقتصر دوره على نقل المعلومات، ما تسبب في ارتفاع نبرة التشكيك لدى الفرد الجزائري بحكم أنه لا يثق في كل ما يصدر من الإدارات الرسمية.
- المنظومة الإعلامية الوطنية حسب المبحوثين لم تكن مهيأة لإدارة أزمة مثل هذا النوع من الأزمات، ما جعل مخرجات التغطية الإعلامية حول جائحة كورونا سطحية وبعيدة عن العمق المطلوب.
- من أهم أساليب الاتصال الطاغية على الخطاب الإعلامي الوطني حسب أفراد العينة، المعالجة بالتهوين أو التهويل أو الإضافة، الاعتماد على الإثارة العاطفية، واللعب على وتر الوطنية، بالإضافة إلى المعالجة بالدعاية والبرمجة الفكرية، خاصة بالنسبة للإعلام الرسمي العمومي.
- من خصائص المنتج الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا حسب مفردات العينة، أنه لم يكن بالدقة المطلوبة من حيث التنوع في الأشكال البرامجية، والقوالب الصحفية، والمورد البشري المتخصص.
- من أهم الأبعاد والمتغيرات التي أثرت على مسار التغطية الإعلامية حسب أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، هيمنة السلطة السياسية على المشهد

الإعلامي الوطني، وغياب أسس الإعلام الصحي العلمي المتخصص، بالإضافة إلى عدم توفر صناعة إعلامية وطنية قوية.

- (60%) من المبحوثين يقرون بإسهام التغطية الإعلامية الوطنية في توعية الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا، وكذا إسهامها في تنمية وعيه الصحي.

- نسبة (40 %) من أفراد العينة يقولون بعدم فعاليتها في التوعية ويرجعون ذلك لافتقارها للمصداقية، وعدم الثقة فيما تقدمه، وكذا تعويضها بمصادر أخرى للمعلومة الصحية ما أدى إلى قيامها بأدوار عكسية بحيث لم تنجح بما يكفي في طمأنة المواطن وتوسيع مدركاته الفكرية حول الوضع الوبائي.

-من مظاهر التغطية الإعلامية الوطنية، بروز الفضاء الرقمي كفاعل رئيس خلال الأزمة، وما صاحبه من زيادة في الشائعات والسلوكيات السلبية والتهاون في سبل الوقاية.

- العمل على مصداقية وسائل الإعلام، وتطبيق أسس الإعلام العلمي المتخصص، والاستناد إلى أصحاب الاختصاص، وفي ظل سياسة إعلامية واضحة وشاملة كفيل بالمساهمة في تفعيل أدوار التغطية الإعلامية الوطنية في مجال التوعية الصحية خلال جائحة كورونا حسب المبحوثين.

خاتمة:

أسفرت هذه الدراسة عن العديد من النتائج التي توحي بمحدودية الأداء الإعلامي الوطني خلال جائحة كورونا، وهذا راجع للعديد من الأسباب التي أثرت على مسار الممارسة الإعلامية خلال هذه الأزمة، منها ما هو مرتبط بالمؤسسات الصحفية في حد ذاتها، ومنها ما يرجع لسطوة وقيود النظام السياسي على حرية الصحافة والرأي، ومنها ما يتعلق بالأفراد وبناءاتهم الذهنية والسلوكية وعاداتهم الاتصالية ومستويات التعرض لوسائل الاتصال. كل هذه المتغيرات رهنت أدوار التغطية الإعلامية في التأثير الإيجابي على المتلقي، وفتحت المجال لسيطرة الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي على المشهد الاتصالي خلال هذه الجائحة، مما أسهم في نشر كمّ هائل من المعلومات والإحصائيات غير الدقيقة ما زاد من حدة الشائعات والفوضى في ظل ضبابية المشهد وشح مصادر المعرفة، وكل هذا راجع

لكون منظومة الاتصال في الجزائر لم تكن مهيأة لإدارة الأزمات خاصة الصحية منها، مع تغييب كلي للإعلام العلمي المتخصص الذي صعب مهمة التغطية، وعليه يستلزم إعادة النظر في هيكلة وبناء الأطر التي تحدد كيفيات عمل وسائل الإعلام خلال الأزمات.

يمكن القول إنّ التحديات الصحية الخطيرة التي تعاني منها الشعوب صارت توضح أن الطريق نحو النهوض بالرعاية الصحية لم يعد مسؤولية الجهاز الصحي وحده، بل يتطلب تضافر جهود جميع المؤسسات التي بقدرتها تقديم الإضافة في هذا المجال، وفي مقدمتها قطاع الإعلام والاتصال الذي ينبغي إعادة بعثه من جديد وتفعيل أدواره التوعوية التي تدعم أسس الثقافة الصحية لدى أفراد المجتمع.

هناك علاقة وطيدة بين وسائل الاتصال والوعي الصحي للمواطن، يمكن من خلالها تعزيز المعرفة الصحية لدى الأفراد، عبر المضامين والبرامج الصحية المعدة لهذا الغرض، وهذه الأخيرة ينبغي لها توفُّر شروط ومنهجية دقيقة لأجل إعدادها مدعومة بالنهج العلمي وتحت وصاية الخبراء، بحس من المسؤولية الاجتماعية، وبجهد منسق ومنظم ومخطط، وبصورة تكاملية بين المؤسسات الصحية ونظيرتها الإعلامية، للخروج ببرامج دقيقة ذات تأثير على المتلقي وتفي بالغرض المرجو منها.

المراجع:

1.الحتو، محمد سلمان.(2012). كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها،عمان،دار أسامة للنشر والتوزيع.

2.القص، صليحة. (2013). فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين. أطروحة دكتوراه علوم. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

3.انصورة، نجاة.(2015). أساسيات وأصول علم النفس القاهرة:كنوز للنشر.

4.بن مرسلي، أحمد. (2013).الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال.الجزائر:الورسم للنشر والتوزيع.

إدارة الإعلام العمـــومي للأزمـــات الصحية "جـــائحة كورونا نموذجا" دراسة تحليلية لعينة من النشرات الإخبارية لقناة الأرضية الجزائرية

1- د. بودربالة عبد القادر 2- ط.د عبيد بلال

1-جامعة قاصدي مرباح، ورقلة/ abdelkaderbouderbala@yahoo.fr.

2-جامعة قاصدي مرباح، ورقلة /مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف/bilel@univ-ouargla.dz

ملخص الدراسة:

يعدّ وباء كورونا تحديا غير مسبوق بالنسبة لمشهد إعلامي يطرح أصلا العديد من الإشكاليات التنظيمية والهيكلية والتساؤلات الوظيفية المهنية والأخلاقية، غير أنها أتاحت فرصة استرجاع الجمهور بعد إجراءات الإغلاق الطوعي التي تبعت انتشار الفيروس، كما أنها حفزت حاجة الجمهور للخبر الصادق والمعلومة النافعة والمعالجة المعمقة لأفق جديد لاستعادة الثقة في الإعلام، ذلك أن الإعلام التلفزيوني وخصوصا العمومي منه كان له امتياز القدرة التنافسية التي طالما خسرها، بالإضافة إلى كونه الأجدر بالمتابعة الميدانية للحدث والبحث في أبعاده المحلية والوطنية، كما مثل مصدرا أساسيا للمعلومة الصحيحة وسط الكم الهائل من الأخبار الكاذبة التي رافقت الجائحة مشكلة ظاهرة" الانفوديميا" التي دعت منظمة الصحة العالمية إلى مجابهتها بإعلام موضوعي يوازي حجم التحديات التي مثلتها جائحة كورونا.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على أساليب المعالجة الإعلامية المستخدمة من قبل القناة الأرضية الجزائرية لإدارة أزمة كورونا، من خلال دراسة تحليلية للنشرات الرئيسية (الثامنة مساء).

الكلمات المفتاحية: إدارة الأزمات، جائحة كورونا، الإعلام العمومي، الأزمات الصحية.

مقدمة:

شهد العالم مع نهاية السنة الماضية ظهور فيروس مستجد في مدينة "ووهان" الصينية، لينتشر بسرعة رهيبة في جميع أرجاء العالم، وعرف هذا الفيروس باسم" كوفيد 19"، وصنف ضمن عائلة الفيروسات التاجية الخطيرة التي يمكن أن تتسبب في وفاة الأشخاص ذوي المناعة الضعيفة، حيث إن انتشاره القوي بين شعوب المعمورة جعل منظمة الصحة العالمية تسارع إلى تصنيفه كجائحة في شهر مارس 2020 (davidson.weizmann, 25).

تناقلت وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي أخبار الفيروس بدافع المواكبة الإعلامية منذ بداية انتشاره، ما شكل ظاهرة عالمية ملامحها الكم الهائل من الأخبار، الصور والفيديوهات حول الأزمة بين ما هو حقيقي على قلته، وما هو مغلوط لدوافع مختلفة، ضمن هذه المتاهة الإخبارية وجب جرد حصيلة نقدية للمعالجة الإعلامية من أجل فرز بعض الاتجاهات العامة التي طبعت التناول الإعلامي في زمن الأزمة وإدارة أزمة بحجم جائحة كورونا، وينبغي القول إن الجمهور الجزائري المتعطش للمعلومة حول يوميات الفيروس المجهول عاش ظروفا صعبة في الأيام والأسابيع الأولى من انتشار الفيروس، حيث ميز الارتباك والضبابية التغطية التي قدمتها الوسائل الإعلامية الجماهيرية، بينما يضاهي تناول مواقع التواصل الاجتماعي لأخبار الفيروس سرعة انتشار الفيروس نفسه من خلال ما نشر من فيديوهات ومقاطع صوتية مضللة ومفبركة، والبلاغات الحكومية المزيفة والمفبركة التي استدعت في بعض الأحيان إصدار بلاغات نفي رسمية، واكتنف المشهد الإعلامي الكثير من الضبابية والغموض ضمن فوضى المواقع الإخبارية المستنسخة التي وجدت انتشارا في اقتناص هذا النوع من المواد التي تنتشر بسرعة وفي هذا الظرف في أوساط الجمهور، بل وعبر فبركة الكثير منها لحصد نسب تصفح أعلى أو أغراض أخرى ما عمق حجم الأزمة لما تخلقه من ذعر وهلع لدى الجمهور.

يبدو أن هذه الفوضى الإعلامية خفت نسبيا مع استعادة زمام المبادرة من طرف الإعلام العمومي الذي وجد نفسه ملزما على هندسة جديدة لتغطيته الإعلامية بآليات مبتكرة ترضي الجماهير المتنوعة التي تصبو إلى مواد إخبارية واضحة ومعلومات إرشادية معمقة حول تحديات العيش في ظل الجائحة والوقاية من الفيروس، أو المواد الحوارية النقدية التي تحلل الأبعاد والرهانات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية لانتشار جائحة كورونا التي طال أمدها.

اختلفت المضامين الإعلامية التي تناولت المستجدات المتعلقة بأزمة كورونا بين مختلف المؤسسات الإعلامية بناء على خلفية كل قناة رغم ما مثلته أزمة كورونا من مادة إعلامية دسمة لاقت ولا زالت تتبعا كبيرا لدى الجماهير، ومنه ركز التلفزيون العمومي الجزائري على تغطية هذه الجائحة بطرائق وأنواع صحفية مختلفة، بين البرامج الحوارية الإرشادية، والنشرات الإخبارية التي كان لها القسط الكبير في إعلام الجمهور بآخر مستجدات تفشي الوباء، وتعد النشرة الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية التي تبث بداية من الساعة الثامنة مساءً محطة مهمة في الاطلاع والتعرف على آخر المستجدات الوطنية والدولية حول تفشي وباء كورونا والتعرف على الأرقام والإحصائيات التي تتعلق بكل ولايات الوطن في إطار السعي إلى إدارة الأزمة الصحية، وعليه نطرح التساؤل التالي:

هل أسهمت التغطية الإعلامية للإعلام العمومي في إدارة الأزمة الصحية لجائحة كورونا من خلال نموذج القناة الأرضية الجزائرية؟

يندرج تحت هذا التساؤل مجموع التساؤلات الفرعية التالية:

-ما هو الحجم الزمني المخصص لمعالجة جوانب موضوع جائحة كورونا عبر القناة الأرضية الجزائرية؟

-ما هي القوالب الفنية التي اعتمدتها القناة الأرضية الجزائرية في معالجة موضوع جائحة كورونا؟

-ما هي طبيعة المضامين المتعلقة بكوفيد 19 التي تعالجها القناة الأرضية الجزائرية في نشرتها الرئيسية؟

-ما هي المصادر التي اعتمدتها القناة الأرضية الجزائرية لعرض مواضيع كورونا؟

-ما هي اتجاهات القناة الأرضية الجزائرية نحو معالجة أزمة جائحة كورونا؟

-ما هي أهداف القناة الأرضية الجزائرية من معالجتها لجائحة كوفيد 19؟

-كيف تناول الإعلام العمومي مستجدات جائحة كورونا ضمن الاستراتيجية العامة لإدارة الأزمة؟

1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى الوصول لمجموعة من الأهداف والتي نحددها كالتالي:

-التعرف على طبيعة القوالب الصحفية المعتمدة من القناة الأرضية الجزائرية في معالجتها لموضوع جائحة كورونا.

-الكشف عن طبيعة المصادر الصحفية التي اعتمدتها القناة الأرضية الوطنية الجزائرية في تناول مواضيع كورونا.

-معرفة اتجاهات القناة الأرضية الجزائرية نحو جائحة كورونا.

-معرفة أهداف القناة الأرضية الجزائرية من معالجتها لمواضيع كورونا.

-الكشف عن كيفية تناول الإعلام العمومي لمستجدات ومواضيع الجائحة.

-التعرف على طريقة إدارة الأزمات الصحية من خلال النشرات الإخبارية الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية.

2. ضبط مفاهيم الدراسة: من المفاهيم البارزة في متن الدراسة نستعرض ما يلي:

1.2 إدارة الأزمات: هو مصطلح مستجد في العلاقات والدبلوماسية الدولية، ويعنى بمجموع الأساليب والأطر والمؤسسات المعنية باتخاذ القرارات السريعة والعقلانية، لمواجهة التحديات والتطورات والطوارئ بقصد منع امتداد اتساع نطاق النزاعات والصدمات ومنع الإخلال الكبير في موازين القوى لتجنب احتمالات المجابهة بين الدول الكبرى في العالم. (جوادي و بوسكرة ، 2013).

إجرائيا: هي مختلف الخطط والبرامج والسياسات المتبعة من قبل الهيئات والمنظمات لمواجهة مختلف الأزمات.

2.2جائحة كورونا: تعيش البشرية هلعا كبيرا بسبب فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) كونها جائحة يختلف نمط انتشارها عن سابقاتها من الفايروسات التاجية التي تصيب الجهاز التنفسي، كما تمثل فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب أمراضا متنوعة للإنسان كالزكام، نزلات البرد العادية، ومتلازمة كورونا الشرق الأوسط التنفسي، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم

(سارس) ويعد فيروس كورونا المستجد سلالة جديدة لم يسبق تحديدها وإصابتها للبشر من قبل. (ملكاوي، 2020).

3.2 القناة الأرضية الجزائرية:

هي قناة تلفزيونية جزائرية حكومية تابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون أنشئت عام 1956 أثناء الفترة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر، وهي من أهم القنوات التلفزيونية في الجزائر تقوم بإنتاج برامج ترفيهيّة ومنوعة بالإضافة إلى العديد من المسلسلات والأفلام الجزائرية.

4.2 الإعلام العمومي: حسب ما جاء به قانون الإعلام لسنة 1982 هو: "عبارة عن مرفق عام وظيفته الأساسية الخدمة العمومية، كونه أولا موجها لكافة الناس دون استثناء ويستفيد منه الجميع بالتساوي، كما يقدم خدمات مجانية دون غرض ربحي وهي الخصائص التي أقرها قانون 01-82، وجاء في المادة 07 من قانون السمعي البصري 04-2014 حول الخدمة العمومية للسمعي البصري: " هي نشاط للاتصال السمعي البصري ذات المنفعة العامة التي يضمنها كل شخص معنوي يستغل خدمة للاتصال السمعي البصري في ظل احترام مبادئ المساواة والموضوعية والاستمرارية والتكيف".(دوحاجي، 2018).

إجرائيا:" هي وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنماطها التابعة للدولة الجزائرية، تقدم خدمة إعلامية للجمهور باتباع السياسات التي تخدم مصالح وأهداف التنمية العامة."

5.2 الأزمات الصحية:" تهديد للحالة الصحية للسكان" أو حالة من الخوف والتوتر والقلق تصيب المواطنين نتيجة انتشار أوبئة وأمراض خطيرة في ظل استجابة ضعيفة ورعاية صحية غير كافية من أجهزة ومؤسسات الدولة المعنية.

الأزمة الصحية الناتجة من انتشار الأمراض سرعان ما تتحول إلى أزمة إقليمية ثم دولية وهو ما حدث في انتشار أنفلونزا الطيور ثم الخنازير، إضافة إلى ما تعاني منه دول العالم من انتشار للأمراض مثل الملاريا، الكوليرا والتيفوئيد وكورونا التي تحولت إلى أزمات صحية عالمية وضعت لها منظمة الصحة العالمية الخطط الاستراتيجية لمجابهتها والتعامل معها للقضاء عليها عن طريق مساعدة وتوعية تلك الدول بإعداد تدابير الوقاية والحد من تفاقم الأزمة الصحية والتقليل من آثارها.

وتصنف الأزمات الصحية وفق معايير عدة منها المضمون والمجال؛ فهي أزمات اجتماعية نفسية بيئية ووفق النطاق الجغرافي لها فهي وطنية ومحلية وعالمية.(صالحي ، 2018).

3. منهج البحث:

يعتبر منهج تحليل المحتوى الأنسب لدراستنا إذ يتماشى وطبيعة الأسئلة المطروحة والأهداف المراد الوصول إليها، ونسعى في دراستنا هذه باستخدام منهج تحليل المحتوى إلى تحليل عينة من النشرات الإخبارية الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية لمعرفة الدور الذي توليه القناة في معالجتها لمواضيع جائحة كورونا التي اجتاحت العالم عموما والجزائر خصوصا ضمن استراتيجية الإعلام العمومي في إدارة الأزمات الصحية.

وانطلاقا مما سبق، فإن منهج تحليل المحتوى يضم العديد من الوحدات التي يستعان بها في وصف عناصر المحتوى وصفا كميا وكيفيا، كما يعتمد على فئات التحليل لدراسة كل فئة وحساب التكرار الخاص بها، وبناء على ما تقدم فأهم فئات التحليل المستخدمة في هذه الدراسة هي: فئات الشكل، والمضمون لأنها الأنسب لمجتمع البحث وطبيعة العينة المختارة.

ويتعلق منهج تحليل المحتوى بمحتوى الرسالة الإعلامية وهي الأخبار الخاصة بجائحة كورونا عبر القناة الأرضية الجزائرية، وكذا الطابع الكمي الذي تسعى الدراسة إلى الوصول إليه أخيرا، لإظهار التفاضل الكمي بين تغطية هذه الأنواع والتمايز الكيفي في طريقة المعالجة الإعلامية لها. (سعو و بطاهر، 2020، صفحة 113).

6. مجتمع الدراسة والعينة:

يتشكل مجتمع البحث في دراستنا هذه من مجموع النشرات الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية خلال شهر أكتوبر 2020. هذه الفترة الزمنية بالتحديد شهدت عودة ارتفاع حالات الإصابة بكورونا في الجزائر أو ما أطلق عليه علميا الموجة الثانية لـ" كوفيد 19" ولأنّ مجتمع الدراسة كبير ويصعب القيام بالحصر الشامل لكل مفرداته أخذنا عينة تمثل هذا المجتمع بما يتماشى وإمكانات الباحثين، وذلك بالاعتماد على العينة القصدية، حيث تم اختيار 09 نشرات

إخبارية رئيسية تبث عبر القناة الأرضية الجزائرية؛ والتي تناولت مواضيع صحفية لها علاقة بموضوع جائحة كورونا (حمدي ، 2019، صفحة 346).

7.أدوات جمع البيانات:

يعد تحليل المحتوى أو تحليل المضمون الأداة المناسبة التي تمكننا من جمع البيانات الخاصة ببحثنا هذا، وهي أداة رئيسة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، ويعتبر تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا، وقد استخدمنا لعملية التحليل الكمي والكيفي استمارة تحليل المضمون كأداة لتوصيف المادة الإعلامية التي جاءت عبر القناة الجزائرية الأرضية لمعالجة مواضيع كورونا.

هذا وقد اعتمدنا في دراستنا على فئات الشكل والمضمون لتحليل الظاهرة المدروسة، أين ركزنا على وحدة الحجم الزمني المخصص لمعالجة موضوع جائحة كورونا عبر القناة الأرضية الجزائرية، ووحدة العبارة في احتساب الفئات المختلفة التي تمثلت في القوالب الفنية المعتمدة في المعالجة الصحفية لموضوع الجائحة، وفئة المضامين المتعلقة بموضوع الجائحة وفئة المصادر والاتجاهات واللغة المستخدمة، وأخيرا أهداف القناة الأرضية الجزائرية من خلال معالجتها لموضوع جائحة كورونا.

8. المقاربة النظرية للدراسة:

يعد مفهوم الأطر الخبرية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة، التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة. (سلام ، 2009، صفحة 134).

ويوجد خلط في مجال دراسات الأطر الخبرية أساسه عدم اتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير هي: "التأطير" الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعدد الأطراف، ومصطلح "الأطر" الذي يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات

والقضايا المختلفة وتأثيرها على الجمهور، بينما يشير مصطلح إطار إلى "إطار عمل" ويعتبر هذا الأخير غير معبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير.

ويمكن القول إن الإطار الإعلامي هو عملية تفاعلية تتم بين مكونات العملية الاتصالية وإغفال جوانب أخرى بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة وإيديولوجية القائم بالاتصال بهدف تفسير الأحداث وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب والبحث عن حلول وتأطيرها بما يتوافق والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية. (حسونة، 2015، صفحة 21).

يوفر تأطير الرسالة الإعلامية القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، فعند وقوع حادث معين قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاما في قلب الإطار الاجتماعي كله، وفي حالة فيروس كورونا الإطار الحقيقي والمهني هو الذي يكفل تفادي الفزع والهلع الناتج عن كم الأخبار الكاذبة التي روجت حول الفيروس وانتشاره منذ بداية الأزمة.

أولا: فئات الشكل (كيف قيل؟)

الجدول رقم 01: فئة القوالب الفنية

القوالب الفنية	التكرار	النسبة%
الخبر التلفزيوني	2	22
التقرير الإخباري	6	67
الربورتاج	1	11
التحقيق	0	0
الاستطلاع الصحفي	0	0
المجموع	9	100

مثل التقرير الإخباري 67 % من القوالب الصحفية المعتمدة في معالجة جائحة كورونا، فيما تم الاعتماد على الخبر الصحفي بنسبة 22 % والربورتاج الذي جاء ثالثا بنسبة 11 %، فيما لم تعتمد النشرات الإخبارية للقناة الأرضية الجزائرية على قالبي التحقيق واستطلاعات الرأي.

ويعود ذلك إلى الطريقة التي تعتمدها القناة الأرضية الجزائرية في إذاعتها لأخبار الجائحة والمتمثلة في توظيفها بكثرة للأنواع الخبرية وهي التقرير الصحفي والخبر، ونظرا لطابعها الإخباري كونها نشرة إخبارية رئيسية فيما لم تعتمد على الأنواع الاستقصائية المتمثلة في التحقيق والاستطلاع الصحفي.

وقد أكدت دراسة الباحثين إسماعيل شرقي وجاب الله رمزي ما ذهبت إليه دراستنا في أن المواد الخبرية التي تضمنتها الصفحات الرئيسية لكل من موقع "فرانس 24" و "العربية نت" بلغت نسبة 17 % مادة خبرية جاءت منوعة بين الخبر والتقرير، غير أن باقي الأنواع الصحفية تم توزيعها على باقي الصفحات الخاصة بالموقع حسب الأبواب والصفحات المعتمدة. (شرقي و جاب الله ، 2019، صفحة 41).

الجدول 02: فئة اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة%
العربية	9	100
الفرنسية	0	0
المجموع	9	100

تمثل اللغة العربية ما نسبته 100 % من فئة اللغة المستخدمة في النشرات الإخبارية الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية، وذلك لاعتماد الباحثين على عينة الدراسة للنشرات الإخبارية التي تذاع باللغة العربية.

الجدول رقم 03: فئة الظهور في العناوين

الظهور في العناوين	التكرار	النسبة%
نعم	3	33
لا	6	67
المجموع	9	100

لم تظهر 67 % من مواضيع الكوفيد من خلال العناوين، بينما ظهرت 33 % منها عبر العناوين، ويعود ذلك إلى تزامن فترة العينة المختارة مع فترة اقتراب موعد الاستفتاء حول الدستور، حيث أدرجت القناة الأرضية الجزائرية مواضيع تتعلق بالاستفتاء في شريط عناوينها أكثر من المواضيع المتعلقة بكورونا.

ومنه تبرز قدرة التلفزيون حسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات لدى الجمهور المستهدف حيال قضية أو مشكلة إعلامية معينة، كما تسهم في جعل الجمهور قادرا على تبني هذه الأفكار أو الآراء المتكونة حيالها، أو تأثيرها حسب نظرية ترتيب الأولويات في عملية ترتيب الأحداث أو الأفكار أو القضايا المطروحة، بحيث تركز على الأهداف التي تسعى إليها، ومن ثم تسعى إلى ترتيب هذه القضايا حسب الاهتمامات والرغبات الجماهيرية.

الجدول رقم 04: فئة الترتيب في العناوين

الترتيب في العناوين	التكرار	النسبة%
أولا	2	67
ثانيا	1	33
ثالثا	0	0
رابعا	0	0
خامسا	0	0
سادسا	0	0
المجموع	3	100

وردت 67 % من مواضيع جائحة الكوفيد عبر النشرات الإخبارية في العنوان الأول، و33 % في العنوان الثاني، ويعود ذلك إلى الأهمية التي توليها القناة الأرضية الجزائرية لمواضيع كوفيد 19 بالرغم من تزامنه مع فترة الاستفتاء على الدستور.

الجدول رقم 05: فئة مدة المواضيع التي تعالج وباء كوفيد 19

مدة مواضيع التي غطت أخبار الجائحة	المدة (بالثواني)	مدة النشرة	النسبة%
النشرة الأولى	70 ثا	2873 ثا	2.43
النشرة الثانية	282 ثا	4356 ثا	6.47
النشرة الثالثة	135 ثا	4560 ثا	2.96
النشرة الرابعة	140 ثا	2640 ثا	5.30
المعدل	522 ثا	3607 ثا	4.34

قدرت نسبة تغطية مواضيع جائحة كوفيد 19 بالنسبة لتوقيت النشرة بـ 4.34 %، ويعود ذلك إلى الاهتمام بمواضيع الاستفتاء والدخول المدرسي الذي تزامن مع فترة الدراسة؛ حيث قام الباحثان بدراسة عينات من النشرات الإخبارية

لشهر أكتوبر 2020 والذي كان شهرا حافلا بالأحداث والمستجدات نظرا لتزامنه مع العديد مع الاستحقاقات الاجتماعية على غرار الدخول الاجتماعي والمدرسي في جميع الأطوار، والاستفتاء على الدستور الذي جعل القناة الأرضية الجزائرية تمنح توقيتا كبيرا لهذا الموضوع في مقابل تقليص المدة الزمنية المتعلقة بمواضيع كورونا.

ثانيا: فئة المضمون(ماذا قيل؟)

الجدول رقم 06: فئة المصادر

المصادر	التكرار	النسبة%
وزارة الصحة	0	0
اللجنة الوطنية لرصد ومتابعة تفشي فيروس كورونا	3	33
منظمة الصحة العالمية	0	0
الأطباء	0	0
السلطات	6	67
مراسلون صحفيون	0	0
المجموع	9	100

تمثل السلطات السياسية الجزائرية 67 % من مصادر أخبار الكوفيد للنشرة الرئيسية للقناة الأرضية الجزائرية، فيما يعتبر مسؤولو وزارة الصحة، الأطباء، المراسلون الصحفيون ومنظمة الصحة العالمية مصادر ثانوية لأخبار التلفزيون الجزائري، بينما تمثل اللجنة الوطنية لرصد ومتابعة تفشي فيروس كورونا ما نسبته 33 بالمائة من المعلومات التي تقدمها القناة، ويعود هذا إلى الاستراتيجية الإعلامية الصحية التي اتخذتها السلطات العليا في البلاد، من خلال إصدار تعليمات صارمة جدا في هذا السياق بمنع كل من وزارة الصحة والمديريات الفرعية للصحة من تقديم أي معلومة بشأن الوضع الصحي المرتبط بجائحة كورونا واستحداث اللجنة الوطنية لرصد ومتابعة تفشي فيروس كورونا باعتبارها الهيئة الوحيدة المخولة من طرف رئيس الجمهورية للإدلاء بمختلف التصريحات وتقديم الأرقام والنسب بشكل دوري.

الجدول رقم 07: فئة الفاعلين

الفاعلون	التكرار	النسبة%
إعلاميون	0	0
مختصون في الصحة	3	33
سياسيون	6	67
عامة الناس	0	0
مصابون بالفيروس	0	0
المجموع	9	100

شكل الفاعلون السياسيون 67 % من الفاعلين في مواضيع جائحة كورونا، بينما احتل المختصون في الصحة 33 % من فئة الفاعلين، في حين لم تبرز فئة الإعلاميين والمصابين بالفيروس وعامة الناس ضمن الفاعلين في موضوع كورونا خلال هذه الفترة، ويعود ذلك إلى أهمية الموضوع بحد ذاته والذي له ثقل وحساسية كبيرة تتطلب تدخل كبار المسؤولين في البلاد والمختصين؛ حيث يتم اتخاذ كافة القرارات المتعلقة بهذه الجائحة والمتعلقة بإقرار الحظر ورفعه وضرورة احترام البروتوكول الصحي من طرف الفاعلين السياسيين، ولذلك تم التركيز عليهم كثيرا عبر النشرة الرئيسية للقناة الوطنية الأرضية.

الجدول رقم 08: فئة الاتجاهات

الاتجاهات	التكرار	النسبة%
سلبي	0	0
إيجابي	0	0
محايد	9	100
المجموع	9	100

برز اتجاه القناة الأرضية حيال مواضيع الكوفيد بحيادية، حيث تعكس السياسة التحريرية للقناة، والتزامها بالموضوعية في طرح المواضيع المتعلقة بكوفيد19، ويعد التزام الموضوعية من القيم الإخبارية الهامة في كتابة وعرض مختلف المضامين الإخبارية.

الجدول رقم 09: فئة الأهداف

الأهداف	التكرار	النسبة%
الإرشاد والتوجيه	2	22
الإخبار	4	45
التوعية والتحسيس	3	33
المجموع	9	100

تتعلق نسبة 45% من أهداف معالجة أخبار الكوفيد بالإخبار، بينما أهداف الإرشاد والتوجيه احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 22 %، وذلك يعكس طبيعة النشرات الإخبارية التي تتميز بالدرجة الأولى بالإخبار والذي يعد من أهم وظائف الإعلام.

الجدول رقم 10: فئة الضيوف

الضيوف	التكرار	النسبة%
نعم	0	0
لا	7	100
المجموع	7	100

لم تدرج القناة الأرضية خلال معالجتها لمواضيع الكوفيد أي ضيف في بلاطوهاتها، ويعود ذلك لاعتمادها على الطريقة الكلاسيكية في إعداد نشرات الأخبار وطابعها الإخباري، لا سيما فيما يتعلق ببث مواضيع كورونا.

نتائج الدراسة:

- 67% من القوالب الصحفية المعتمدة في معالجة جائحة كورونا من فئة التقرير الإخباري.
- تمثل السلطات السياسية الجزائرية 67%من مصادر أخبار الكوفيد بالنشرة الرئيسة للقناة الأرضية الجزائرية.
- 67% من الفاعلين في مواضيع جائحة الكوفيد من فئة الفاعلين السياسيين بينما المختصون في الصحة يحتلون 33 % من فئة الفاعلين.
- 100% من اتجاهات القناة الأرضية حيال مواضيع الكوفيد كانت حيادية.
- 45% من أهداف معالجة أخبار الكوفيد متعلقة بالإخبار.

- لم تدرج القناة الأرضية خلال معالجتها لمواضيع الكوفيد أي ضيف في بلاطوهاتها.

- 67% من مواضيع الكوفيد لم تظهر في العناوين، و33 % من العناوين ظهرت في العناوين.

- 67% من مواضيع جائحة الكوفيد الواردة في العناوين وردت في العنوان الأول، و33 % وردت في العنوان الثاني.

- نسبة تغطية مواضيع جائحة الكوفيد بالنسبة لتوقيت النشرة يقدر بـ 4.34 %.

مكنت الاستراتيجية التي تبنتها الجزائر لمكافحة انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) من احتواء الوضع وتجنب سيناريوهات كارثية مثل التي شهدتها بعض البلدان خصوصا خلال الموجة الأولى من الانتشار، واضطرت الجزائر بالرغم من وضعيتها الصعبة إلى اتخاذ تدابير مبكرة من أجل مكافحة انتشار فيروس كوفيد-19"، واندرجت هذه التدابير في إطار توصيات منظمة الصحة العالمية وتم تكييفها مع الوضع الراهن في الجزائر.

ترجمت تدابير مكافحة الوباء من خلال تجند كامل للحكومة وكل الفاعلين في مجال مواجهة الفيروس على رأسهم موظفو قطاعات الصحة والحماية المدنية وأسلاك الأمن المختلفة والجمعيات والمنظمات مع تأطير من قطاع الإعلام الذي رافق كل تلك التدابير بتغطية آنية ومعمقة، وهو ما مكن الجمهور من الاطلاع على كل القرارات والتطورات الخاصة بانتشار الفيروس في مواجهة الكم الهائل من الأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال هذه الفترة.

وتجدر الإشارة إلى أن خطة التصدي التي اعتمدتها الحكومة ارتكزت بالأساس على الوقاية والمراقبة النشطة والتشخيص المبكر والتكفل السريع بالحالات عن طريق بروتوكول العلاج والحجر الصحي، وأكد وزير الصحة في هذا الشأن أن الاستراتيجية الوطنية قد سمحت بتجنب الضغط الذي عرفته أنظمة الصحة في دول أخرى.

أسهم الإعلام العمومي الجزائري باعتماده على المعلومة الرسمية من مصدرها الأساسي والابتعاد عن التهويل والإثارة في بناء رابط الثقة مع الجمهور، وتقديم المعلومة الصحيحة حول انتشار الفيروس في وقتها، شأنه في ذلك شأن كل

دول العالم التي أكدت تقارير عديدة أن خطورة حجم انفتاح الجمهور على "نظريات المؤامرة والتضليل" يؤكد الحاجة إلى صحافة دقيقة وذات موثوقية وسط جائحة غير مسبوقة في العصر الحديث، وهو ما يفسر عودة الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والقنوات التلفزيونية ومنها العمومية على وجه التحديد.

خـاتمـة:

تعد المواضيع المتعلقة بجائحة كورونا من بين القضايا التي أخذت حيزا كبيرا من المعالجة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام، وأصبحت حدثا مهما لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية بمختلف تنوعاتها لا سيما القنوات العمومية، ونخص بالذكر القناة الأرضية الجزائرية، وهو ما أبرزته الدراسة التحليلية في أن المصادر الرسمية الجزائرية كانت أبرز مصادر الأخبار الخاصة بكورونا في نشرات الثامنة بالقناة الجزائرية الأرضية، وذلك بناء على ما جاء في تعليمات الهيئات العليا القاضي بعدم منح معطيات وأرقام حول الفيروس إلا من طرف بعض الجهات المحددة من طرف الدولة، وذلك ما تم تأكيده في ظل هيمنه الفاعلين السياسيين الذين يقومون بأدوار محورية في المواضيع الإعلامية المتعلقة بكورونا.

والتزمت القناة الأرضية الجزائرية في عرض موضوعاتها المتعلقة بالفيروس بالموضوعية كونها سمة أساسية في عرض مختلف المضامين الإخبارية، ونظرا للطابع الذي يميز النشرات الإخبارية الرئيسية فإن الهدف الأساسي الذي تحصلنا عليه من دراستنا التحليلية تلخص في الإخبار، فيما جاءت التوعية والإرشاد ثانيا. وعليه، فإن القناة الأرضية الجزائرية خصصت مدة زمنية قصيرة لتغطية أخبار الجائحة خاصّة وأن توقيت دراسة العينة تزامن مع موعد الاستفتاء على الدستور الموافق للفاتح من نوفمبر، والذي جعل القائمين بالاتصال بالقناة الأرضية يولون أهمية قصوى لمواضيع الاستفتاء التي خصصت لها حيزا كبيرا مقارنة بمواضيع الكوفيد التي كانت تشهد آنذاك انخفاضا محسوسا في أعداد الإصابات الإجمالي وهو الأمر الذي جعل القائمين على القناة الأرضية الجزائرية يمنحونه حيزا ضيقا.

المراجع:

1.جوادي ,ص& .,بوسكرة ,أ .(2013) .دور الصحافة الرياضية المكتوبة في إدارة الأزماتفي الأندية الرياضية الجزائرية لكرة القدم .مجلة الابداع الرياضي.395-381 ,

2.جيد ,ر .م .(1985) .تطور الخبر في الصحافة المصرية .مصر :الهيئة المصرية العامة

3.حسونة ,ن .(2015) .نظريات الإعلام والاتصال .32-13 .

4.حمدي ,م .(2019) .المعالجة الإعلامية لظاهرة الهجرة السرية في المجتمع الجزائري - دارسة تحليلية .مجلة المعيار.353-335 ,

5.دوحاجي ,ح .(2018) .مبدأ الخدمة العمومية في البث الإذاعي في الجزائر بين التشريع و الممارسة .مجلة القانون والعلوم السياسية.476-457 ,

6.سعو ,م& .,بطاهر ,ه .(2020) .دور الصحافة المكتوبة في صد المرجعيات الدينية الدخيلة بالجزائر -دراسة تحليلية على عينة من أعداد يومية الخبر .-المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي.128-107 ,

7.سلام ,ع .(2009) .التغطية الاخبارية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية .المجلة المصرية لبحوث الإعلام .147-127 ,

8.شرقي ,ا& .,جاب الله ,ر .(2019) .المعالجة الإعلامية لظاهرة الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع الفضائيات الاخبارية .مجلة الاتصال والصحافة .44-30 ,

9.صالحي ,ف .(2018) .ادارة الأزمات الصحية في الجزائر -الفشل السياسي والإداري في ادارة الأوبئة -أزمة وباء الكوليرا 2018انموذجا.35-1 .

10.كشكول ,م .ع .(2020, 01 09) .بيت الحكمة. Consulté le 11 29, 2020, sur http://www.baytalhikma.iq/: http://www.baytalhikma.iq/News_Details.php?ID=1136

11.ملكاوي ,ح .ع .(2020) .تداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد.الأردن :المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم .

12.Davidson. Weizmann. (25, 11 2020). Weizmann of science éducation: https://davidson.weizmann.ac.il/ar/online/sciencenews

إسهامات الإعلام العلمي في مواجهة الوباء المعلوماتي
جائحة كورونا نموذجا

نزيهة وهابي
جامعة البليدة 02 / n.ouahabi@univ-blida2.dz

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى الكشف عن إسهام الإعلام العلمي في مواجهة الوباء المعلوماتي الذي ارتفعت وتيرته في ظل جائحة كورونا، وقد تطرقت الدراسة إلى التأصيل النظري للإعلام العلمي وأهميته وأهدافه ووظائفه، بالإضافة إلى تحديد الرؤى للوباء المعلوماتي في ظل جائحة كورونا وأهم الجهود المبذولة للتصدي له وصولا إلى رصد دور الإعلام العلمي في مواجهة وباء المعلومات.

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة النقدية التحليلية إلى نتائج أهمها أن الإعلام العلمي يحتاج إلى رؤى جديدة ترفع من نوعيته وتأثيره وتميزه، لا تتبناها المؤسسات الصحافية فحسب، بل حتى المؤسسات العلمية ومراكز البحوث والجمعيات العلمية والمراكز الإعلامية في المؤسسات والشركات البحثية وأقسام الإعلام في الجامعات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام العلمي، فيروس كورونا، الوباء المعلوماتي.

مقدمة:

تطغى على الأخبار الصحية موضوعات التغذية واعتماد الحمية وكيفية تبييض لون البشرة، بينما يختفي القسم العلمي ومعه صحفيون متخصصون في العلوم. وقد أعادت جائحة كورونا الاعتبار لهذا التخصص القائم بذاته، فإذا كان العلماء يبتكرون حلولا متنوعة لمشكلات المجتمع، فمهمة الصحافة العلمية هي الكشف عن هذه الحلول وتبسيطها للمجتمع وسردها في قصص مؤثرة.

يمثل الإعلام العلمي حلقة الوصل بين فئتين: الأولى هي فئة المتخصصين والعلماء والباحثين، والفئة الثانية هي الجمهور المهتم بمعرفة آراء وأنشطة الفئة الأولى وجهودها وما تنتجه من علم ومعرفة وحلول للمشكلات التي تواجه الناس.

والحاجة للإعلام العلمي تزداد في مواجهة الحالات الطارئة وما يصاحبها من هلع وذعر، وانتشار واسع للشائعات بين الناس، وهو ما صاحب جائحة كورونا منذ بداية تفشي الفيروس في الصين وانتشاره على نطاق واسع، واستحواذه على اهتمام عالمي ربما يكون غير مسبوق في التاريخ الإنساني.

ففي ظل الانتشار الواسع لكورونا وتهديده لحياة ملايين البشر، كانت الحاجة الملحة لمعرفة المعلومات العلمية الصحيحة المتعلقة بفيروس كورونا وطرائق انتشاره ووسائل مواجهته ومقاومته، ولاحقًا المعلومات المتعلقة بإنتاج لقاحات للفيروس والتجارب التي تجرى على بعض الأدوية لمعالجته أو الحد من آثاره، من خلال هذا الطرح انبثقت صياغة الإشكالية التالية: **كيف أسهم الإعلام العلمي في مواجهة الوباء المعلوماتي في ظل جائحة كورونا؟**

المحور الأول: الإعلام العلمي قراءة في المفهوم والدلالة

للإعلام العلمي دور مهم ومتميز في نشر الثقافة العلمية وتبسيط العلوم، وحققت الدول المتقدمة نهضتها وتطورها نتيجة اهتمامها بالعلوم ونشرها على نطاق واسع، وإدخال مفهوم العلم كثقافة من خلال إعلام علمي متميز يؤدي إلى التواصل المستمر بين الحركة العلمية والجمهور غير المتخصص، حتى بات الحديث في الشأن العلمي يشمل مفردات الحياة اليومية لعامة الناس. لذا نرى الدول المتقدمة، المنتجة للعلم، تعيش ازدهاراً مستمرّا في نوعية المطبوعات والبرامج العلمية التي تهدف إلى تنمية الوعي العلمي لدى أفراد المجتمع، فالاعتناء بالبرامج العلمية يشغل دوماً حيّزًا كبيرًا في تفكير أفراد المجتمع ومؤسساته، لإدراكهم دور الإنجازات العلمية والتكنولوجية وأهميتها في حل مشاكل الفرد والمجتمع. وتسعى الدول المتقدمة دوماً إلى إعداد الإعلامي العلمي المتميز الذي أضحى عملة نادرة الآن، وهو إما عالم أو صحافي كفء، يتمتع بالخلفية العلمية الملائمة التي تمكنه من تقديم وتبسيط الحقائق العلمية للأفراد وبخاصة لغير المتخصصين، ويستطيع في الوقت نفسه الربط بين العلوم والتكنولوجيا والطب وجميع مجالات وقضايا الحياة الأخرى في المجتمع من اجتماعية وسياسية واقتصادية وأخلاقية وغيرها.

أولا: الإعلام العلمي: مفهومه وأهميته.

1- مفهوم الإعلام العلمي:

هناك من الباحثين من يقسم نشاطات الإعلام العلمي إلى فرعين: الإعلام العلمي المتخصّص، والإعلام العلمي الجماهيري. أما الأول، فهو المادة العلمية من موضوعات وبحوث ودراسات أكاديمية تنشر في الدوريات المتخصصة يُعِدُّها باحثون علميّون متخصّصون في مجال علمي معيَّن بأسلوب يفهمه المتخصّصون. وأما الإعلام العلمي الجماهيري، فهو المادة العلمية من موضوعات وبحوث ودراسات ومقالات وتقارير وكتابات في المجالات العلمية النظرية والتطبيقية المعدَّة منها والمترجمة والمهيأة بصيغة من الصيغ أو فن من الفنون، التي تُقدَّم في وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة أو المقروءة، وتُكتب بأسلوب بسيط، الهدف منه إيصالها إلى الجمهور والتأثير فيه.

إلا أنّ ما يُستخدم اليوم في أدبيات الإعلام العلمي هو ما يُقصد به الإعلام العلمي الجماهيري، وهو" الإعلام العلمي الموجّه للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة، بهدف نشر الثقافة والتوعية العلمية بصرف النظر عن المتلقين أو تخصّصاتهم المهنية أو مجالات دراستهم". وهو" فرع من الإعلام يعنى بنشر المبادئ العامة للعلم ابتداء من القوانين الأساسية التي تحكم سلوك الطبيعة. ويتصل أيضًا بتاريخ العلوم والتطور الذي صاحب النشاط الإنساني في هذا المجال، وأثر كل ذلك في الحياة، ثم يتواصل للتعريف بالتطوّرات العلمية والتقنية مقرونة بنماذج من الحياة العملية ." ويُعرَّف كذلك بأنه" إعلام يقدّم محتوى للجماهير، عبر الصحف والمجلات وبرامج الراديو والتلفاز، ومواقع الإنترنت، يتعلق بالقضايا العلمية، ويتابع تطوّراتها، وينشر موادا تسهم في إعلاء ثقافة العلم وقيمته داخل المجتمع". (المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم، 2010، ص 10)

تعددت تعريفات الإعلام العلمي وهذا التنوع جاء نتيجة لمرونة المصطلح الإعلامي، وأبرز هذه التعريفات جاء كما يلي: " الإعلام العلمي هو إعلام متخصص، فهو إعلام موضوعي دقيق لأنه يقدم المعلومة المتخصصة للناس، وهي مسألة تزيد من درجة الوعي والمعرفة ونجاحه بالمجتمعات النامية التي تحتاج شعوبها إلى تحسين واقعها نحو الأفضل، فالإعلام العلمي حينما يبنى على أسس علمية سليمة ومدروسة وموظفة فإنه يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا

المجتمع، وذلك من منطلق أن الإعلام يؤدي دورا مهما في تقارب وجهات النظر وبناء رأي عام موحد تجاه هذه القضايا بما يدعم الجهود الرسمية الرامية لمواجهته ".(المشاقبة، 2011، ص 07)

2- أهمية الإعلام العلمي: إن أهمية الإعلام العلمي تكمن فيما يلي:

- تتضح أهمية الإعلام العلمي من خلال تعاون وسائل الإعلام مع المتخصصين في كافة المجالات المختلفة من خلال تطويع مختلف العلوم والمعارف لخدمة البشرية، فالمجتمع البشري يزخر بمشكلات عدة تتطلب المواجهة والحل باستخدام العلوم والمعارف وتعاون أفراد المجتمع من المتخصصين على أداء دورهم لحل هذه المشكلات على أساس معرفتهم بها وسبيل الجمهور إلى هذه المعرفة هو وسائل الإعلام المختلفة.

- يشكل الإعلام العلمي مدخلا مناسبا لترقية العقول وبقدر البساطة والصدق في أسلوب التناول وعرض موضوعات الإعلام العلمي يكون القبول والتفاعل مع ما تطرحه وسائل الإعلام من موضوعات.

- الإعلام العلمي يسهم في صورة عامة بتضييق الفجوة ما بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المتخصصة التي ظلت مدة طويلة حكرا على المتخصصين من مجالها. (محمود، 2010، ص 15)

ثانيا: وظائف الإعلام العلمي وأهدافه

1- وظائف الإعلام العلمي: يمكن إيجاز وظائف الإعلام العلمي فيما يلي:

- الإسهام في بناء مجتمع المعرفة، عن طريق تزويد القارئ بالمادة العلمية المبسّطة، وبهدف نشر الثقافة العلمية.

- الإخبار عن الكشوف العلمية والتطوّرات التقنية لوضع المتلقّي في موضع المتابعة لحركة العلوم والتقنية والطب في العالم.

- تغطية الفعاليات العلمية، ووضع الجمهور العام في مشهد تلك الفعاليات والنشاطات العلمية البحثية.

- تكوين المواقف والاتجاهات، عن طريق التأثير الإيجابي في تعاطي الجمهور مع منتجات العلم وتوظيفها بشكل صحيح ومفيد، وتقدير العلوم، وجهود العلماء خصوصا في الأزمات، واحترام المنهج العلمي، وتعزيز حضوره في الحياة العامة.

- الرقابة والمتابعة والكشف، عن طريق متابعة القضايا ذات الصلة بالعلوم وكشف السلبيات ودعم الرقابة الحكومية، والدفاع عن مصالح المجتمع. (المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم، 2010، ص ص 11، 12)

2- أهداف الإعلام العلمي:

يسعى القائمون على الإعلام العلمي لتحقيق رسالته الإعلامية العلمية حيث إن لها أثرا في الجهد المستهدف، وتصل إلى أكبر رقعة جغرافية ممكنة وتحدث التغيير والتوجيه والتثقيف المنشود لدى الموجودين فيها، كما يسعون للإفادة من العلوم الإنسانية الأخرى لمعرفة السبل المثلى للوصول إلى الأهداف المنشودة من الإعلام العلمي، ولتحقيق هذا الهدف يجري القائمون على الإعلام العلمي دراسات دقيقة لمعرفة المضمون المتميز للرسالة الإعلامية وما يجب أن تحتوي عليه من بيانات وأشكال ومعلومات ورموز ورسوم وما يجب أن تستخدمه من أساليب علمية مهنية وخصائص فنية في سبيل ذلك، إضافة إلى إيلاء شكل هذه الرسالة عناية خاصة واهتماما بالغا ليتواكب مع المضمون المميز مع الشكل الملائم، ومن ثم تحظى الرسالة بالمتابعة والاهتمام وتحقق الأهداف المنشودة منها.

ومن هنا فإن وسائل الإعلام تسهم عبر رسائلها العلمية المختلفة في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة وفهم واستيعاب الجمهور للقضايا العلمية، ومن ثم توجيههم الوجهة السليمة للتعامل معها وإدراك مراميها ويبرز هذا التأثير في الأمور الآتية:

أ- نشر المعرفة:

المقصود هنا بالمعرفة العلمية تلك الثقافة التي يمتلكها الجمهور من خلال وسائل الإعلام عن كل ما يرتبط من قضايا وموضوعات علمية من معلومات رئيسية، والعلاقة الوثيقة لتلك الموضوعات والقضايا بالعديد من مجالات الحياة وزيادة الوعي العلمي لديه، وتظهر التأثيرات الأساس لوسائل الإعلام في الجانب المعرفي لدى الفرد عند تقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة أو تعززها وتؤكدها، وتغيير صور ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الدول أو الأشخاص.

ب- التأثير والاتجاهات:

الاتجاهات العلمية في المواقف التي يتخذها الأفراد نحو الحاجات الحياتية الأساسية المتعلقة بالقضايا والمعلومات العلمية واستشعارهم بارتباطها الوثيق بأمور تمس حياتهم وتتعلق بمستقبلهم ومستقبل المجتمع الذي يعيشون فيه، واستعدادهم للتعامل معها وفق المنظور الذي ينظرون منه إلى هذه القضايا، ويمكن إحداث تغيير في الاتجاهات عن طريق الحوافز المشجعة لأن الإنسان يتعلم السلوك المرغوب به إذا أوضحت الرسالة الإعلامية أن ذلك لن يعود عليه بالنفع مع ضرورة أن يكون الحافز إيجابيا.

ج- التأثير في السلوك:

يتم التأثير في السلوك من خلال اكتساب الفرد سلوكيات إيجابية معينة وإقناعه بترك اتجاهات وسلوكيات غير سليمة، والرسائل العلمية ترمي إلى تعديل أنماط السلوك وتغييرها في الاتجاه المستهدف بهدف إكساب الجمهور عادات سلوكية جديدة، وتمثل هذه المرحلة أصعب مراحل العملية الاتصالية؛ إذ إن وسائل الاتصال والإعلام تبدو حقيقية الأثر في إحداث تغيير ما في المواقف والاتجاهات وتكون أضعف إذا كان هدفها تغيير السلوك.(المشاقبة، 2011، ص ص 16، 17)

المحور الثاني: الوباء المعلوماتي في ظل جائحة كورونا، بين التهوين والتهويل

أولا- تعريف الوباء المعلوماتي:

يُشار بالوباء المعلوماتي إلى السيل الجارف من المعلومات على شبكة الإنترنت وخارجها. ويتضمن المحاولات المتعمدة لنشر معلومات خاطئة بهدف تقويض الاستجابة في مجال الصحة العامة وخدمة أهداف بديلة جماعية أو فردية. وهذه المعلومات الخاطئة والمضللة من شأنها أن تؤدي لإلحاق الضرر بصحة الناس الجسدية والنفسية؛ واستفحال ممارسات الوصم؛ وتهديد المكاسب الصحية الثمينة؛ وتشجيع عدم التقيد بتدابير الصحة العامة، مما يحدّ بالتالي من فعاليتها ويهدد قدرة البلدان على وقف مسار الجائحة.(منظمة الأمم المتحدة، 2020، https://bit.ly/2HUXwTw)

يعبّر " وباء المعلومات" وهو ترجمة للمصطلح باللغة الإنجليزية (Infodemic Information + Panademic)، عن الكمية الزائدة من المعلومات حول مشكلة معيّنة بحيث يُصبح حلّها أكثر صعوبة. وعلى الرغم من أن فيروس كورونا ليس أول وباء يجتاح العالم، إلّا أنه أطلق أول وباء معلوماتي في الفضاء الرقمي، إذ لم يشهد العالم التدّفق الضخم والسريع للمعلومات الزائفة عند تفشّي فيروس سارس عام 2003 مثلًا، وتم رصد قرابة 4000 موقع إلكتروني جديد عن فيروس كورونا، في حين شكّل 3% منهم منصّات للأخبار الزائفة حول الفيروس. (هواري، 2020، https://bit.ly/3ohNtaR)

2-كورونا المستجد بيئة خصبة لـ "وباء المعلومات":

حسب المراجع فإن جذور الوباء المعلوماتي تعود للعصور الوسطى، ولكن في ذلك الزمن لم تكن الشبكة العنكبوتية لجعل العالم أكثر عولمة لذلك كان وباء المعلومة ينتشر على نطاق أهل المجتمع أنفسهم ويؤثر على الناس من خلال نشر معلومات طبية مغلوطة تُلقي بظلالها وتأثيرها على صحة الإنسان الجسدية والنفسية. وهنا نستطرد مثال أنغولا عندما تفشت فيها الحمى الصفراء خرجت إشاعات مفادها بأن الأشخاص الذين يتم تطعيمهم لا يمكنهم شرب البيرة لمدة أسبوع، والذي أدى بدوره إلى انخفاض معدلات التطعيم التي أثرت على صحة الأفراد هناك. أيضا مع وباء أيبولا أصبح أي شخص لديه ارتفاع في درجة الحرارة يشك في أنه مصاب، وتكرر نفس الأمر مع فيروس زيكا على اعتبار أن أي ألم في المفاصل هو زيكا القاتل.(يوسف، 2020، https://bit.ly/36oIqze)

تعدّ جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) أول جائحة في التاريخ تُستخدم فيها التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي على مثل هذا النطاق الواسع لإحاطة الناس وإعلامهم والحفاظ على سلامتهم وإنتاجيتهم والتواصل فيما بينهم. وفي الوقت ذاته، فإن التكنولوجيا التي نعتمد عليها للتواصل والاطّلاع تفسح المجال لوباء معلوماتي مضخّم ما فتئ يعرقل جهود الاستجابة العالمية ويهدد التدابير المتخذة لمكافحة الجائحة. (منظمة الأمم المتحدة، 2020، https://bit.ly/2HUXwTw)

وفر فيروس كورونا المستجد بيئةً خصبةً لنشر أخبار كاذبة حملت كثيرًا من المعلومات المفبركة حول الفيروس، أسباب تفشيه، وطرائق الوقاية منه، مما دفع منظمة الصحة العالمية إلى التصدي لتلك الشائعات والتي باتت تُعرف بـ"وباء المعلومات" (Infodemic)، والذي يعرف بأنه زخم هائل من المعلومات المجمعة بشكل غير رسمي لمشكلة ما تجعل الحل أكثر صعوبة ويرافقها عند غزارتها تأثيرات نفسية على متلقيها، وفي ظل انتشار جائحة كورونا انتشرت المعلومات والأفكار التي تضلل الرأي العام بشكل منهجي وتقوده إلى اتخاذ خيارات خاطئة أثناء هذه الأزمة الصحية.(Kuldeep Nagi, 2018, p 81)

والأمر في عصر العولمة مختلف تمامًا بسرعة الانتشار؛ فقد رصد موقع التغريدات المشهور تويتر تغريدة مفادها أن منظفات الأيدي المضادة للبكتيريا غير مجدية في الوقاية من فيروس "كورونا"، وهي المعلومة الخاطئة التي حازت على ربع مليون إعجاب ومائة ألف إعادة تغريد خلال وقت قصير قبل أن يتم حذفها من فريق إدارة مكافحة المعلومات المغلوطة في الموقع المذكور نفسه (Kuldeep Nagi, 2018, p80).

3- دور منظمة الأمم المتحدة في مواجهة وباء المعلومات:

في جمعية الصحة العالمية في ماي 2020، اعتمدت الدول الأعضاء في المنظمة القرار ج ص ع73-1 بشأن الاستجابة لجائحة كوفيد-19. ويعترف القرار بأهمية مواجهة الوباء المعلوماتي كجزء أساسي في جهود السيطرة على جائحة كوفيد-19، داعياً الدول الأعضاء إلى إتاحة محتوى موثوق عن كوفيد-19 واتخاذ تدابير لدحض المعلومات المضللة والخاطئة وتسخير التكنولوجيات الرقمية في شتى جوانب الاستجابة. كما يدعو القرار المنظمات الدولية إلى التصدي للمعلومات الخاطئة والمضللة في الفضاء الرقمي والعمل على التصدي للأنشطة الإلكترونية الضارة التي تقوّض الاستجابة الصحية للجائحة، ودعم إتاحة البيانات العلمية الدقيقة للجمهور.

تعمل منظمة الأمم المتحدة ومنظمات المجتمع المدني على تسخير خبراتها ومعارفها الجماعية في سبيل التصدي لهذه الأوبئة المعلوماتية. ففي حين تستمر الجائحة في إثارة القلق والشعور بعدم اليقين، تبرز حاجة ملحّة إلى إجراءات أكثر

متانةً للتصدي للوباء المعلوماتي واعتماد نهج منسق في هذا الصدد بين الدول والمنظمات المتعددة الأطراف والمجتمع المدني وجميع الجهات الأخرى الفاعلة التي لها دور واضح ومسؤولية راسخة عن مكافحة المعلومات الخاطئة والمضللة، كما تدعو إلى إعداد وتنفيذ خطط عمل للتصدي للوباء المعلوماتي عن طريق تعزيز إتاحة المعلومات الدقيقة القائمة على العلم والبيّنة في الوقت المناسب، لجميع فئات المجتمع، ولا سيما أكثرها عرضة للخطر، ومنع انتشار المعلومات الخاطئة والمضللة ومكافحتها مع الحرص على احترام حرية التعبير.

وتحث الدول الأعضاء على إشراك مجتمعاتها والاستماع إليها في سياق إعداد خطط عملها الوطنية، وعلى تمكين المجتمعات من أجل بلورة الحلول وبناء القدرة على مقاومة المعلومات الخاطئة والمضللة.(منظمة الأمم المتحدة، 2020، https://bit.ly/2HUXwTw)

ممّا دفع منظمة الصحة العالمية إلى التعاون مع شركات التواصل الاجتماعي لضمان وصول المستخدمين إلى مصادر المعلومات الموثوقة؛ إذ قامت شبكات فيسبوك وتويتر وانستغرام بتوجيه الباحثين عن كلمة" كورونا" إلى مضامين منظمة الصحة العالمية وهيئات الصحة المحلية في كل بلد، بالإضافة إلى حظر الإعلانات الخاطئة وإتاحة إعلانات مجّانية لمنظمة الصحة العالمية ومنظمات صحية غير ربحية أخرى، وقامت شركة غوغل بإطلاق" إنذار استغاثة" يوجّه المستخدمين إلى المعلومات الموثوقة والصادرة عن منظمة الصحة بخصوص فايروس كورونا، وتجدر الإشارة إلى الجهد الذي تبذله منظمة الصحة العالمية في هذا الخصوص بناءً على ارتفاع الطلب للمعلومات الموثوقة؛ إذ تقوم برصد الشائعات وتفنيدها بالأدلة العلمية عن طريق موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، ودعت المنظمة إلى تأطير هذه الجهود دوليًّا ومحليًّا تحت مسمّى التواصل الدولي للمخاطر الصحية وإشراك المجتمع، ممّا يدفع البلدان للتواصل بشكلٍ سريعٍ ومنتظمٍ مع السكان ويفرض عليها إعداد شبكات معلومات صحية ووسائل إعلام لإشراك المجتمعات في هذه العملية.

قامت عدّة دول بترجمة هذه الجهود عن طريق سن القوانين والأنظمة لمعاقبة مروّجي الشائعات أو عن طريق دعم منصّات التحقق من الأخبار. على

سبيل المثال، قدّمت الحكومة البريطانية حوالي 500،000 جنيه إسترليني لمنصّة H2H والتي لديها خبرة سابقة في مكافحة الأخبار الكاذبة عن الأوبئة منذ انتشار فيروس إيبولا عام 2015، وفي سنغافورة اتخذ قرار إغلاق مواقع الانترنت المبلّغ عنها لنشرها أخبارا كاذبة ومعلومات مضللة، وفي ماليزيا وتايلاند اعتقلت السلطات عددًا من مروّجي الشائعات. (هواري، 2020، https://bit.ly/3ohNtaR)

أودتْ المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت، والمُبالَغة في نظريات المؤامرة المتعلقة بـ"كوفيد 19"، بحياة 800 شخص على الأقل بسبب الفيروس التاجي، بحسب ما نقلت "ذي إندبندنت" البريطانية عن دراسة حديثة.

وأشارت الدراسة المنشورة بـ" المجلة الأمريكية للطب الاستوائي والنظافة الشخصية"، إلى أنَّ ما يُسمى بـ"الوباء المعلوماتي" أدى إلى دخول حوالي 5800 شخص إلى المستشفى نتيجة متابعة معلومات كاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأشهر الثلاثة الأولى من هذا العام. وأنَّ هذه الشائعات تتضمن مزاعم بأنَّ تناول منتجات التنظيف ومعقم اليدين أو بول البقر يُمكن أن يعالج من الفيروس.

على سبيل المثال، توفى حوالي 480 شخصا في إيران، وأصيب 280 آخرون بالتسمم، نتيجة تناولهم الميثانول (كحول الميثيل) في مختلف أنحاء البلاد، جراء انتشار معلومات خاطئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تزعم أن تناول الكحول يقي من الإصابة بالفيروس، وفقا لما صرح به طبيب إيراني لوكالة أسوشيتد بريس(.الرشيدي، 2020، https://bit.ly/36p4utm)

المحور الثالث: الإعلام العلمي من الظل إلى الأضواء:

وضع فيروس كورونا الصحافة العلمية في بؤر الاهتمام، بعدما باتت صاحبة المحتوى الأكثر طلباً لمتابعة مستجدات الفيروس. والمُفارقة أن الصحافة المتخصصة في المجال العلمي، كانت قبل زمن كورونا المستجد تُعاني من عدم الاهتمام في بعض الصحف والمواقع الإلكترونية، مقارنةً بالفروع الأخرى سواء سياسة، أو اقتصاد، أو رياضة، أو فنون. وأشار خبراء أن الصحافة العلمية استطاعت أن تجد طريقها في(أزمة الفيروس) لسعي القارئ إلى متابعتها والتفاعل معها.(أبو النصر، 2020، https://bit.ly/3fX70dr)

أولا: المواجهة الإعلامية لكورونا

يركز الإعلام على معالجة أي كارثة قبل وقوعها. لكن في حالة فيروس كورونا تركز المعالجة الإعلامية في مرحلة حدوث الأزمة لأنها صارت أمرا واقعا. وفي هذه المرحلة ثمة مهمتان أساسيتان للقائمين على العملية الإعلامية: أولهما تقديم معلومات دقيقة وشاملة عن الكارثة لوسائل الإعلام والجهات المعنية، بما يؤدي تراكميا إلى تكوين ما يمكن تسميته النسق المعرفي للمتلقي عن الكارثة، ومن ثم تمكين هذا المتلقي(سواء أكان فردا أم جماعة) من الوقوف على أرضية صلبة في مواجهته للكارثة. والمهمة الثانية هي تفسير المعلومات وتحليلها وتقييمها، وتقديم ما يمكن تسميته "ثقافة الكارثة"؛ بهدف تكوين النسق الفكري والقيمي للجمهور إزاء الكارثة، وجعله مدركا وواعيا بقدر كبير من الشمولية والعمق لواقع الكارثة من حيث أسبابها وآثارها وسبل الحد من أضرارها.

ينبغي للجهات القائمة على المعالجة الإعلامية في هذه المرحلة وضع أهداف واضحة لمواجهة تطورات المرض الناجم عن فيروس كورونا، وأهمها إخبار الجمهور بتطورات المرض لحظة بلحظة، وإبراز جهود الجهات الرسمية والأهلية في التعامل معه، ودورها في المحافظة على صحة الجمهور، والتعاطف مع المصابين وذويهم. مع ضرورة أن يكون الإعلام موجِّهاً للمجتمع فيؤثر في كل فرد ويحوله من مجرد متلقٍ للرسالة الإعلامية إلى متفاعل معها، ومحقق لأهدافها من خلال تنفيذ التوجيهات الصحية الصادرة عن الجهات المعنية.

ثانيا: الرسائل الإعلامية العلمية

تستعد الجهات الإعلامية لمواجهة مثل هذه الكوارث الصحية بإعداد رسائل إعلامية بهدف إحداث التأثير المطلوب في الجمهور. وثمة نوعان أساسيان من الرسائل التي تبث في هذه المرحلة: الأول هو الرسائل التي تطلقها الجهات القائمة على الإدارة الإعلامية للكارثة وتعبر عن الاستراتيجية الرسمية للدولة والحكومة في مواجهة الكارثة. والثاني هو الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام إلى الجمهور بخصوص الكارثة وتداعياتها.

وبصفة عامة هناك شروط ومعايير متعارفة للرسالة الإعلامية الفعالة أهمها: إشباع احتياجات الجمهور المستهدف، ومصداقية المصدر، والفورية

والدقة والموضوعية والوضوح، وتكرار المضمون مع تنويع الشكل، والاعتماد على الصور والأرقام والأشكال البيانية الشارحة.

بعد انقضاء كارثة فيروس كورونا وانتهاء تأثيرها المباشر، وتبيين آثار تلك الكارثة والأضرار التي خلفتها، ولاسيما الخسائر البشرية، يجب على القائمين على المعالجة الإعلامية للكارثة تقديم المعلومات الكاملة والدقيقة عن أسباب الكارثة وتداعياتها، وتقديم تحليل موضوعي للجوانب المختلفة المتعلقة بها، وتحقيق التعاطف الكامل مع الضحايا والمتضررين والتخفيف عن معاناتهم ومعاناة ذويهم، وحشد جميع شرائح المجتمع حول الجهات الرسمية المعنية لأداء المهام المنوطة بها حتى تنقضي آثار الكارثة وتخف حدة أضرارها، وعدم إهمال المعالجات السلبية التي رافقت التعامل مع الكارثة. (بدران، 2020، https://bit.ly/2VpNc9q)

3- بين الإثارة والتكامل:

هنالك نوعان يطغيان على المعالجة الإعلامية لتطورات فيروس كورونا، الأول هو المعالجة المثيرة التي تستخدم أسلوبا يعتمد على التهويل وإثارة الفزع والرعب، أو التهميش والسطحية. وهذه المعالجة لا تقدم للجمهور ما يشبع رغباته ولا تحقق الأهداف العامة للإعلام، كما أنها تؤدي إلى تضليل الجمهور وتشويه وعيه، وتأتي استجابة لما تفرضه اعتبارات السلطة والمسؤولين في بعض الأنظمة، أو تلبية لحاجات السوق الإعلامية.

والنوع الثاني هو المعالجة المتكاملة التي تتعرض للجوانب المختلفة لتطورات هذا الفيروس، وتسلط الضوء على جوانب عدة ربما يظن الجمهور أنه ليس لها ارتباط وثيق بها. وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة، وهي تهدف إلى تكوين موقف متكامل، ووعي عميق بهذه الكارثة من خلال المعرفة العلمية السليمة لمعطياتها، ومراعاة مستويات الجمهور، والاعتماد على كوادر إعلامية مؤهلة. وتستخدم أحد الأسلوبين الآتيين، أو الاثنين معا:

- **النمط العقلي**: الذي يعتمد على تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة.

- **النمط النقدي**: الذي يعتمد على تقديم المعلومات الدقيقة مع محاولة إشراك الجمهور، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير.(بدران، 2020، https://bit.ly/2VpNc9q)

من متابعة التغطية الإعلامية العربية لتغطية وباء كورونا، نجد أن هناك تسرع في نشر الأخبار، كما أن التهويل في نشر وتداول الأخبار قد أصاب الجمهور بالهلع الشديد، ونستنتج من التغطية الإعلامية العربية لفيروس كورونا على أهمية إنشاء مركز للإعلام العلمي، يتولى تقديم محتوى إعلامي يتميز بالمهنية والاحترافية، ومناقشة أدوار ومهام الصحافيين العلميين والعلماء، وما يحتاجه كل منهما لدعم رسالة الإعلام العلمي، وأهمية الإدراك والفهم الأفضل لكل منهما لهذه المهام، وكذلك التعاون الجاد والجيد للقيام بالتغطية الإعلامية المناسبة والفعالة لمواضيع العلوم والتكنولوجيا، وكذلك استضافة العلماء والصحفيين والسياسيين وخبراء إدارة المخاطر لمناقشة كيفية الإبلاغ عن مخاطر العلوم والتكنولوجيا. (ميدل إيست أون لاين، 2020، https://bit.ly/37n5n57)

خاتمة:

الإعلام العلمي يواجه عقبات كثيرة في المجتمعات العربية، ويأتي في مقدمتها الجهل وارتفاع نسبة الأمية، والإهمال المتعمد للعلماء والباحثين وتشويه صورتهم في وسائل الإعلام، وخلق قدوات زائفة تتعلق بها الجماهير وخاصة فئة الشباب، وخلق قطيعة بين العلماء والجماهير، وصناعة حواجز نفسية بين الجماهير وبين كل ما ينتمي للعلم من أمور بحجة أنها صعبة ومعقدة.

والدور الذي يقوم به الإعلام العلمي هو كسر الحاجز النفسي المصطنع بين الجماهير والعلم، فهناك من أراد بسوء نية أن يبعد الجماهير العربية عن الأمور العلمية، وما يمكن استنتاجه أن تبسيط العلوم هو المدخل الجيد لجذب الجماهير، والأطفال على وجه الخصوص، نحو حب العلوم، وحتى أكثر القضايا العلمية تعقيدا يمكن تبسيطها وتقديمها للجماهير بأسلوب شيق وجذاب. والأمر الذي ينبغي أن يشغلنا وأن نوليه قدرًا كبيرًا من الاهتمام في مجتمعاتنا العربية هو البحث عن وسائل للنهوض بالإعلام العلمي، ومن خلال ما تقدم يمكن طرح التوصيات التالية:

- تشجيع الشباب على الاهتمام بالبرامج العلمية وعلى التخصص في مجال الإعلام العلمي، وهو من المجالات الواعدة في العالم العربي.

- حث أساتذة الجامعات والمتخصصين في المجالات العلمية المختلفة على المشاركة في تحرير الصفحات العلمية في الصحف والمجلات، والمشاركة في البرامج العلمية على القنوات الفضائية.

- فتح أقسام للصحافة العلمية في كليات الإعلام بالجامعات، وتشجيع الطلبة على الالتحاق بها، وتأهيلهم للقيام بدور المحرر العلمي في الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية.

- أن تخصص الصحف والمجلات أبوابًا ثابتة للأخبار العلمية، وأن تهتم الإذاعات والقنوات الفضائية بالبرامج العلمية المبسطة التي تستهدف الطفل وتؤسس لبناء جيل من المهتمين بالعلوم المختلفة.

- دعم المؤسسات والهيئات التي تهتم بالإعلام والنشر العلمي، والمشاركة في التعريف بها وبإنتاجها لتحقق المزيد من الانتشار بين الجماهير، والعمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من المهتمين بالإعلام العلمي.

- السعي من أجل إنهاء القطيعة بين العلماء والجماهير في العالم العربي، وخلق نوع من التواصل بينهم، والعمل على إيجاد وصناعة قدوات علمية في المجتمع.

وهذه الأمور مجتمعة من شأنها أن تخلق اهتمامًا لدى الجماهير العربية بالإعلام العلمي وبالدور الذي يقوم به في التوعية والتثقيف والنهوض بالمجتمعات. ومن محاسن جائحة كورونا أنها أعادت الاهتمام للإعلام العلمي، وأظهرت الحاجة الماسة لتخريج متخصصين في الإعلام العلمي، الذي يمثل حلقة الوصل بين العلماء والجمهور، ويُسهم في توعية المجتمعات، وبالوعي تنهض الأمم وتتقدم.

إذن يحتاج الإعلام العلمي إلى رؤى جديدة ترفع من نوعيته وتأثيره وتميزه، لا تتبناها المؤسسات الصحافية فحسب، وإنما أيضاً المؤسسات العلمية ومراكز البحوث والجمعيات العلمية والمراكز الإعلامية في المؤسسات والشركات البحثية وأقسام الإعلام في الجامعات، وكل من له صلة بالعلوم والبحث العلمي، وتركز هذه الرؤى على نشر التوعية العلمية والأحداث والأخبار العلمية، وعلى متابعة الحوادث والسياسات والقضايا العلمية والطبية والتكنولوجية رصداً وكشفاً، ومحاورة العلماء والمسؤولين بدقة وأمانة وموضوعية، وربطها بقضايا التنمية

الوطنية من خلال سياسة واضحة المعالم والأهداف يسهم في تفعيلها وإنجاحها إعلاميون علميون.

المراجع:

أولا– توثيق الكتب:

1. المشاقبة بسام عبد الرحمان. (2011). الإعلام العلمي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

2- محمود سمير. (2010).**الإعلام العلمي**، مصر: دار الفجر.

ثانيا – توثيق الدوريات:

3 - Kuldeep Nagi, New Social Media and Impact of Fake News on Society. Indian Journal of Science and Technology. Vol09, P80-81

ثالثا- التقارير والوثائق:

4- المنظمة المربية للثقافة والتربية والعلوم، الحقيبة التدريبية في مجال الإعلام العلمي، تونس، 2010.

5- منظمة الأمم المتحدة، إدارة الوباء المعلوماتي بشأن كوفيد-19: تعزيز السلوكيات الصحية وتخفيف الآثار الضارة للمعلومات الخاطئة والمضللة، https://bit.ly/2HUXwTw، 2020/10/20، على الساعة 12:20

رابعا– توثيق المواقع الإلكترونية:

6- هواري مريم، وباء المعلومات- "Infodemic"، https://bit.ly/3ohNtaR، 2020/10/20، على الساعة 12:20

7- يوسفأنور، عندما يصبح الوباء المعلوماتي أشد فتكاً من وباء كورونا، https://bit.ly/36oIqze، 2020/11/10، على الساعة 18:03

8- الرشيدي أسامة،كورونا وفيروس الأخبار الكاذبة. أعراض مضاعفة، مجلة الصحافة، https://bit.ly/36p4utm، 2020/11/08، على الساعة 16:20

9- أبو النصرمنى، «كوفيد 19» يضع الصحافة العلمية في «بؤر الاهتمام»، جريدة الشر الأوسط، https://bit.ly/3fX70dr، 2020/11/04، على الساعة 20:04

10- بدران عبد الله، الإعلام العلمي وكورونا طوفان البيانات ونظريات المؤامرة، https://bit.ly/2VpNc9q، 2020/10/20، على الساعة 20:30

11- ميدل إيست أون لاين، أزمة الوباء فرصة لبناء وتعزيز وتحسين القدرة والكفاءة المهنية للعاملين في الإعلام العلمي، https://bit.ly/37n5n57، 2020/10/28، على الساعة 17:10

استراتيجية المؤسسات الإعلامية الاقتصادية في إدارة أزمتها المالية خلال جائحة كورونا 2020

المؤسسات الصحفية نموذجا(من مارس 2020 إلى ماي 2020)

د. وهيبة بوزيفي

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

bouzifi.ouahiba@univ-alger3.dz

ملخص الدراسة:

تهدف ورقتنا البحثية إلى الوقوف عند الاستراتيجية الاقتصادية التي تبنتها مختلف المؤسسات الصحفية لإدارة أزمتها المالية التي تعرضت لها نتيجة للأزمة الصحية العالمية لوباء كوفيد19، وذلك بالاعتماد على التحليل الوصفي الوثائقي الإلكتروني لعينة من الدراسات العلمية والمقالات الصحفية الوطنية والعربية والغربية المتناولة لعلاقة جائحة كورونا بتداعياتها السلبية على اقتصاديات هذه المؤسسات خلال الفترة الممتدة من شهر مارس 2020 إلى ماي من نفس السنة.

وقد توصلت دراستنا إلى أن بعض المؤسسات الصحفية اعتمدت على مصادر تمويل مواقعها الإلكترونية وتطبيقاتها على الهواتف الذكية في تخطي أزمتها المالية والخروج منها بأقل الخسائر مثل: نظام الاشتراك والعضوية، إنتاج وبيع منتجات رقمية، في حين اضطرت مؤسسات أخرى إلى اتخاذ إجراءات وسياسات تقشفية مثل تقليص عدد النسخ والصفحات وأيام الصدور، بالإضافة إلى تسريح بعض الموظفين وتخفيض أجور البعض الآخر.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية الاقتصادية، إدارة الأزمة المالية، المؤسسة الصحفية، وباء كوفيد 19.

مقدمة:

واجهت مختلف المؤسسات الصحفية في العديد من المرات أزمات مالية هددت تواجدها في سوق الإعلام المكتوب خاصة مع تحولها إلى مؤسسات اقتصادية وارتفاع تكلفة إصدار الصحف بارتفاع أسعار الورق تارة وندرته تارة أخرى، لتظهر الصحافة الإلكترونية باختلاف أنواعها، وتحدث انقلابا في التوازنات الاقتصادية التي بنيت عليها الصحافة المكتوبة حسب ما أثبتته عدة دراسات علمية، لتجد إدارة هذه المؤسسات نفسها أمام تحديات من نوع آخر لاسترجاع توازنها المالي من جديد.

ومن جهة أخرى تحول الصحافة إلى صناعة لديها اقتصادياتها الخاصة بها والقائمة على المنطق الصناعي والتجاري جعلها تتداخل مع الاقتصاد ومن ثم تتأثر على غرار بقية الصناعات الأخرى بمختلف الأزمات التي عرفها العالم وما زال منها الأزمة الاقتصادية العالمية لعام 2008، والأزمة الصحية العالمية الحالية المتمثلة في وباء كوفيد 19 الذي ظهر في الصين منذ شهر ديسمبر 2019، وما زال مستمرا إلى حد كتابة هذه الأسطر في مختلف دول العالم.

بل حسب بعض الباحثين المختصين في اقتصاديات الصناعة الصحفية أن هذه الأخيرة تعتبر من أكثر الصناعات الإعلامية تأثرا بالتغيرات الاقتصادية التي أحدثها انتشار فيروس كورونا المستجد، بحكم أن المنتوج الصحفي يباع بثمن أقل بكثير من تكاليف إنتاجه، هذا من جهة ومن جهة أخرى ما زالت بعض المؤسسات الصحفية تعتمد على مصادر التمويل التقليدية كالإشهار والدعم الحكومي. وهو الأمر الذي جعلها تدخل في أزمة مالية أخلت بتوازنها بين مدخلاتها ومخرجاتها، مما اضطر البعض منها إلى التوقف عن الصدور تفاديا لخسائر أكثر.

وبناء على ما تقدم تظهر أهمية إدارة الأزمات بالمؤسسات الصحفية كجزء مهم من التخطيط والاستراتيجية العامة للتعامل مع الأزمة المالية التي تسببت فيها جائحة كورونا الحالية، واحتوائها والخروج منها بأقل الأضرار وبالتالي تجنبها الإفلاس من خلال البحث عن استراتيجية اقتصادية تساعدها في تحقيق ذلك.

من هذا المنطلق ارتأينا البحث في الإجراءات والسياسات التقشفية التي تبنتها مختلف المؤسسات الصحفية سعيا منها في تخطي أزمتها المالية والحد من تأثيراتها

السلبية على اقتصاديات صحفها، وعليه تتمحور إشكالية ورقتنا البحثية في السؤال الرئيسي التالي: **فيم تتمثل الاستراتيجية الاقتصادية التي تبنتها مختلف المؤسسات الصحفية في إدارة أزمتها المالية خلال جائحة كورونا من مارس 2020 إلى ماي من نفس السنة؟**

ولمعالجة هذه الإشكالية والإجابة عليها تم تفكيكها إلى التساؤلات الفرعية التالية:

-ما هي الخصائص الاقتصادية للمؤسسات الصحفية؟

-ما هي أهمية إدارة المؤسسات الصحفية في حالة الأزمات المالية التي تتعرض لها؟

-كيف أحدث انتشار فيروس كورونا لعام 2020 انقلابا في التوازنات الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في العالم؟

1. الخصائص الاقتصادية للمؤسسات الصحفية:

ينظر إلى المؤسسة الصحفية كمنظمة اقتصادية وإعلامية مستقلة تتكون من مجموعة عناصر الإنتاج البشرية والمادية والمالية التي تستخدم بهدف إنتاج سلع (صحف) وخدمات (إعلان) موجهة للبيع، بهدف تحقيق الربح. وتعرف أيضا بأنها" وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية، المادية والمالية اللازمة للإنتاج الاقتصادي، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزماني الذي توجد فيه وتبعا لحجم ونوع النشاط." (النهاني، الجبوري، 2016، ص 43) ومن الخصائص الاقتصادية للمؤسسة الصحفية نذكر:

1.1 تحول المؤسسة الصحفية إلى مؤسسة اقتصادية:

أصبحت المؤسسات الصحفية مؤسسات وكيانات اقتصادية يرتبط البعد الاقتصادي والإنتاجي بها بالبعد الإعلامي الذي يستهدف مستهلكا في الأساس. (الشجيري، 2014، ص ص 34-35)

2.1 تقوم المؤسسات الصحفية على المنطق التجاري: الذي يعني البحث عن الفائدة الاقتصادية وتعظيم الربح من خلال إنشاء المؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى منحها الأولوية إلى الإشهار التجاري، حيث أصبح الإنتاج الصحفي في شكله النهائي يجب أن يحقق فائدة بالمعنى الاقتصادي، وهي تحقيق الربحية بما

يضمن عائدا استثماريا على رأس المال يكفل لها الاستمرار في تقديم خدماتها وتحقيق رسالتها الإعلامية، وأهم شيء استقلالها المالي. (علم الدين، العباسي، 2001، ص 238)

3.1 تقدم المؤسسات الصحفية منتوجا على شكل سلعة استهلاكية:

تباع وتشترى في سوق الإعلام المكتوب، كما أن المنتوج الصحفي(الجريدة) أصبح سلعة مثلها مثل أي سلعة أخرى تتوفر فيها شروط السلعة التي يطلقها الاقتصاديون Ms5 وهي المال Money الأيدي العاملةMan Power المواد الخام Material الآلات Machines الإدارة .Management(الطيب، ص 57)

4.1 التنافس على أسواق الإعلام المكتوب:

يتم التنافس بين المؤسسات الصحفية على عدة أسواق وهي سوق القراء، المعلنين، وسوق إنتاج المحتوى الصحفي.

5.1 تداخل أشكال تمويل المؤسسات الصحفية:

(مزيج تمويلي داخلي وخارجي) حيث تتوزع مصادر التمويل بين سوق الجمهور وسوق المعلنين، العمليات التجارية، الدعم الحكومي والدولي ...الخ).

6.1 تعرضها لمخاطر السوق باعتبار أن المشروع الصحفي مشروع استثماري:

إن المؤسسات الصحفية مثلها مثل باقي المؤسسات الأخرى، معرضة لمخاطر السوق، فضلا عن مخاطر الرقابة والتوقف.

7.1 تتأثر المؤسسات الصحفية سلبا بالأزمات الاقتصادية والصحية:

وذلك على عدة أصعدة منها: انخفاض في القدرة الشرائية للقراء وبالتالي تراجع في حجم التوزيع والمبيعات والاشتراك، وانخفاض في دخل المؤسسات الصحفية من الإعلانات.

3 أهمية إدارة المؤسسات الصحفية خلال الأزمات المالية التي تتعرض لها:

إن تأثر المؤسسات الصحفية بالأزمات ومنها الاقتصادية والصحية وزيادة تعرضها لمخاطر السوق- كما سبق الذكر- يعطي لإدارة هذه المؤسسات أهمية أكبر، حيث مثلما تحتاج إلى إدارة ناجحة لتحقيق أهدافها وتسيير العمل الإعلامي بكافة جوانبه وبشكل جيد، فهي كذلك تعتمد عليها في الخروج من الأزمات المالية التي تتعرض لها من حين لآخر.

وتعرف إدارة مؤسسة صحفية بأنها" مجموعة القواعد والأسس لتنظيم المؤسسات الصحفية وتسيير جوانب العمل فيها ومسؤولية الإدارة الصحفية هي في الاستخدام الأمثل للموارد والإمكانيات المتاحة وكفاءة أكبر في تحقيق قيادة للمشروع الصحفي من الناحيتين المالية والإدارية. (المسلمي، 2007، ص 31)

ومن جهة أخرى، ينظر إلى الإدارة العامة للصحفية أو إدارة المؤسسة الصحفية من زاويتين الزاوية الأولى تعني" الجهة أو العضو الموجود داخل المؤسسة الصحفية والذي يهيمن على نواحي النشاط الإعلاني والطباعي والتوزيعي، بهدف جعل العمل التحريري مادة تباع إلى مشتريها – وهم قراء الصحيفة – بثمن يغطي مصروفات إصدارها ويحقق ربحا مجزيا لأصحاب رأس المال، أي الناشرين." أما الزاوية الثانية فتتمثل في إدارة التحرير أو إدارة الجهاز التحريري الذي يضم المحررين والمصورين والكتاب والمصححين ...(المسلمي، 2007، ص ص 39-41)

فبالإدارة يمكن السيطرة على مختلف أوجه نشاط المؤسسة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل وبأقل التكاليف. وهي المسؤولة عن تمويل المؤسسة ومواردها الحفاظ عليها وتنميتها.(الطيب، ص 35)

وحسب بعض الباحثين فإن إدارة المؤسسات الصحفية تسهم في اتخاذ قرارات وفقا لمنهج معين لحل المشكلات التي تعترضها ومن ثم تحقيق أهدافها.(المسلمي، 2007، ص 37) لذلك يعتبرها البعض مقياسا لنجاح اقتصاديات الصحيفة، إلى درجة يشبهونها بالقلب ذلك العضو المسؤول عن مد الجسم بالدم اللازم لبقائه على قيد الحياة. (المسلمي، 2007، ص 31)

الجدير بالذكر أن البعد الاقتصادي للإعلام أو الزاوية الاقتصادية لدراسة الإعلام تقوم أساسا على دراسة إدارة وسائل الإعلام بمعنى تحقيق أهداف هذه الوسائل في حيز النشاط الاقتصادي الذي يهدف إلى إرضاء الحاجات ويعد في نفس الوقت وسيلة لتحقيق الربح، والظروف التي لا تجعل الربح هدفا رئيسيا لهذه الوسائل. (محمد، ص 11)

وعلى صعيد آخر أصبح إدراج قسم محاسبة التكاليف في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة صحفية ضرورة حتمية خاصة في ظل الصعوبات المالية التي تواجهها

العديد من هذه المؤسسات في إحداث توازن بين مدخلاتها ومخرجاتها، حيث تعمل محاسبة التكاليف على مساعدة الإدارة الصحفية في التعرف على مدى تغطية سعر بيع النسخة من الصحيفة لتكاليف إصدارها، وأيضا تساهم في حل مشاكل تسويق المساحات الإعلانية بالصحيفة وكذلك تسويق الصحيفة ذاتها، كما تعتبر الركيزة الأساسية في إعداد الموازنات التخطيطية بهدف اكتشاف عوامل الإسراف والقضاء عليها واكتشاف عوامل التوفير والمحافظة عليها وتشجيعها.(علم الدين، العباسي، 2001، ص ص 150 -152)

كما تكمن أهمية محاسبة التكاليف في النقاط التالية:

-التعرف على حجم هذه النفقات وطبيعتها، أي المجالات المختلفة التي صرفت بشأنها.

-هي بمثابة إجراء تقويمي يساعد على مراقبة العملية الإنتاجية بصورة دقيقة ودائمة.

-توفير معطيات معلوماتية في شكل إحصائيات مالية تساعد أوّلا على معرفة الحدود التي بلغها هذا الإنفاق على مستوى المشروع، وثانيا تحديد التوجهات التي أخذها.

-التدخل بسرعة من أجل تصحيح الوضع المالي للمؤسسة الصحفية.

-الحرص على إنفاق ما يجب إنفاقه بصورة علمية صحيحة.

-تفادي إنفاذ رأس المال الخاص بتسيير المؤسسة الصحفية في منافذ لا تعود بالفائدة على صاحبها.

-تحقيق التوازن المالي على مستوى المؤسسة الصحفية والذي يقوم على معرفة ما تم إنفاقه على إنتاج النسخة الواحدة في حجم معين من الصفحات وفي إطار محدد من السحب.

-التعرف على مدى تغطية سعر البيع للنسخة الواحدة مما تم إنفاقه على إنتاجها.

-تساعد في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعويض الخسارة إن وجدت على مستوى الإشهار أو الأعمال الإضافية. (بن مرسي، 2014، ص 69)

4 الانعكاسات السلبية على التوازنات الاقتصادية للمؤسسات الصحفية عقب الأزمة الصحية لوباء كوفيد 19:

يؤكد خبراء الاقتصاد وتقارير صندوق النقد الدولي أن للأزمات منها الاقتصادية والصحية انعكاسات على الدول المتقدمة والنامية على حد سواء وإن اختلفت درجات التأثير من دولة لأخرى، حيث يدخل الاقتصاد العالمي في مرحلة الكساد، فتتراجع وتيرة النمو الاقتصادي وحجم التبادل التجاري على الصعيد العالمي مثلما حدث عام 2008 خلال الأزمة الاقتصادية العالمية التي ظهرت في الولايات المتحدة، ويحدث اليوم مع الأزمة الصحية العالمية المتمثلة في وباء كوفيد 19. ويكمن تأثير الأزمة الصحية لوباء كوفيد 19 على اقتصاديات المؤسسات الصحفية في المظاهر التالية:

1.4 تراجع في حجم التوزيع والمبيعات:

لقد عرفت بعض الصحف التي استمرت في الصدور في ظل أزمة فيروس كوفيد 19 تراجعا ملحوظا في حجم توزيعها ومن ثم مبيعاتها، حيث اكتفت بطبع نسخ محدودة بسبب الحجر الصحي المنزلي، فمثلا في الجزائر قلّصت الصحف إصداراتها إلى مستوياتها الدنيا، وكثير منها طبع في حدود ثلاثة آلاف نسخة فقط.(محمد أفزاز، 2020 ماي، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/5/7) ومنها يومية "Expression" الخاصة الناطقة باللغة الفرنسية حيث سحبت الجريدة في بداية الأزمة(شهر مارس 2020) 2000 نسخة يوميا عوض 30000 نسخة في العادة ليرتفع الحجم فيما بعد بسحب 14000 نسخة يوميا حاليا. (وكالة الأنباء الجزائرية، 2020 ماي، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: http://www.aps.dz/ar/algerie/86764-2020-05-02-16-19-15)

ومن جهته أشار مدير النشر ليومية الوطن الخاصة والناطقة باللغة الفرنسية الطيب بلغيش إلى أن السحب لصحيفته تراجع في بداية الأزمة الصحية إلى 15000 ليرتفع مجددا إلى 50000 فيما كانت في العادة تسحب من 73000 إلى 80000 نسخة يوميا. (وكالة الأنباء الجزائرية، 2020ماي، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني http://www.aps.dz/ar/algerie/86

إن ظاهرة تراجع حجم التوزيع والمبيعات لم تقتصر فقط على الصحف الوطنية، بل مست كذلك الصحف الدولية ومنها الفرنسية التي عرفت تراجعا في

حجم مبيعاتها بنسبة 30% في النصف الثاني من شهر مارس المنصرم، كما سجلت المجلات الفرنسية في الربع الأول من عام 2020 انخفاضا بنسب متفاوتة بين 3% إلى 15%، باستثناء بعض المجلات مثل: Paris Match. (mind Media; 2020 avrilhttps://www.mindnews.fr/article/18217/covid-19-les-consequences-sur-le-secteur-des-medias-et-de-la-publicite-en-ligne/)

2.3 تراجع في نسبة مقروئية الصحف:

إن تراجع نسبة مقروئية الصحف لم يكن وليد الأزمة الصحية العالمية لكوفيد 19 بل كان قبل ذلك بعد انتشار الصحافة الإلكترونية، إلا أن هذا التراجع تسارعت وتيرته عبر العالم مع تفشي الوباء وتطبيق سياسة الحجر المنزلي في مختلف دول العالم مما أدى إلى زيادة هائلة في عدد القراء على الإنترنت مقابل تراجع مقروئية الصحف المطبوعة التي بات من الصعب في ظل الأزمة الصحية إيصالها إلى نقاط البيع، وكذا وصول الزبائن إليها.

وأفاد معهد رويترز في تقريره للعام 2020 أن الأزمة "سرعت بشكل شبه أكيد الانتقال إلى مستقبل رقمي بالكامل". ففي بريطانيا مثلا، زاد عدد قراء وسائل الإعلام الكبرى على الإنترنت بمقدار 6.6 ملايين متصفح في الفصل الأول من السنة، وهو رقم قياسي بحسب اتحادها المهني. (الشرق الأوسط، 2020 أوت، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني:https://aawsat.com/home/article/2435346

3.3تراجع في المداخيل الإشهارية:

سجلت الكثير من المؤسسات الصحفية تراجعا في إيراداتها الإعلانية خاصة تلك الصحف المحلية التي كانت تعتمد بدرجة كبيرة على المداخيل الإشهارية التي تأتيها من عدة قطاعات مثل السيارات والتجارة، الأمر الذي سيؤدي حسب بعض التحليلات إلى قتلها لا محالة ما دام الوباء ما زال منتشرا عالميا.(الصادق الحمامي، 2020، 11). فعلى سبيل المثال خسرت صحيفة" لولاند فالستر"(LollandFalster) نسبة تتراوح بين 25 و50 في المائة من الإعلانات شهر مارس المنصرم، وقد تصل إلى 65 بالمائة إذا استمر انتشار الوباء في المنطقة. (ناصر السهلي، 2020) ومن جهتها توقعت صحيفة " The Guardian" تراجعا في مواردها المالية بمبلغ 20 مليون جنيه إسترليني خلال الستة الأشهر القادمة. (_2020 , Schwab)

5 الاستراتيجية الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في إدارة أزمتها المالية:

لقد نجحت بعض المؤسسات الصحفية وخاصة الأجنبية منها في تخطي أزمتها المالية عقب جائحة كورونا باتباعها استراتيجية اقتصادية قائمة على الاعتماد على مصادر تمويل مواقعها الإلكترونية وتطبيقاتها على الهواتف الذكية، في حين اضطرت المؤسسات الأخرى التي تعاني اقتصادياتها من المشاكل الماليةذاتها إلى اتخاذ إجراءات تقشفية شديدة تندرج ضمن استراتيجيتها لإدارة أزمتها المالية كتقليص عدد صفحاتها وأرقام توزيعها وإلغاء آلاف الوظائف وتسريح عدد كبير من العاملين فيها، وفيما يلي تفصيل لذلك:

1.4 تقليص عدد الصفحات وأيام الصدور:

قلّصت العديد من الصحف الوطنية عدد صفحاتها إلى النصف منها يومية "Expression " الخاصة الناطقة باللغة الفرنسية حسب ما أكده مدير النشر يومية "Expression " الخاصة الناطقة باللغة الفرنسية أحمد فتاني.(وكالة الأنباء الجزائرية، 2020 ماي تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني (http://www.aps.dz/ar/algerie/86764-2020-05-02-16-19-15

وبالموازاة مع هذا الإجراء هناك العديد من الصحف التي قلَّصت عدد أيام الصدور إلى يومين بدل من تقليص عدد صفحاتها أو التوقف المؤقت عن النشر على غرار (Tampa Bay Times) لخفض تكاليف الطباعة وتخصيص أيام بعينها للصدور من أجل استقطاب الإشهار. (الصادق الحمامي، 2020، 11)

2.4 التوقف المؤقت عن الصدور:

يعتبر التوقف المؤقت عن صدور بعض الصحف من القرارات التي اتخذتها سواء المؤسسات الصحفية الوطنية، العربية والغربية بعد دخولها في أزمة مالية أخلت باقتصادياتها بسبب تسجليها لتراجع ملحوظ في حجم مبيعاتها من سوق القراء ومداخيلها الإشهارية من سوق المعلنين.

فمثلا في الجزائر أعلنت إدارة مجمع" النهار" عن تعليق إصدار جريدة" النهار الجديد "، وحسب البيان الصادر بتاريخ 24 أفريل 2020 فإن هذا القرار يرجع بالدرجة الأولى إلى أسباب مادية منها عزوف المتعاملين عن اقتناء الجريدة بسبب غلق الأكشاك. وتفاديا لتراكم الديون لدى المطابع العمومية والديون لدى شركات

التوزيع.(النهار الجديد، 2020 أفريل، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: (https://www.ennaharonline.com

3.4 النشر الصحفي الإلكتروني كحل للخروج من الأزمة المالية للمؤسسات الصحفية:

لقد عرفت المضامين الإخبارية للمواقع الإلكترونية للصحف وتطبيقاتها على الهواتف النقالة ومنصاتها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا بلغ مستويات قياسية، علما أن بعض مضامينها الرقمية مدفوعة الثمن مثلما هو الحال في بعض الصحف الإلكترونية الغربية، فعلى سبيل المثال، بلغ عدد المستخدمين الجدد الذين تصفحوا النسخة الأميركية لموقع" الغارديان " 114 مليون زائر جديد، في مارس 2020، وهو ما يمثل تطورا بنسبة% 86 . وحقق تقرير تفسيري حول تعريف فيروس كورونا ونسبة الوقاية منه أرقاما قياسية، أما صحيفة التلغراف "فقد حققت تطورا في عدد مشتركيها بقناة اليوتيوب تجاوز المليون. (الصادق الحمامي، 2020، 6)

5.1 تسريح الموظفين وتخفيضات في الأجور كإجراءات لمواجهة الأزمة المالية:

أعلنت المجموعة الاقتصادية الكبرى"غانيت "(Gannett) التي تملك 200 يومية أميركية، عن إجراءات تقنية كبيرة لمواجهة أزمتها المالية كعُطَل غير مدفوعة الأجر، وتخفيضات في الأجور تصل إلى 25 % أو مضاعفة العمل بالنسبة لبعض الصحفيين)، كما أن بعض الصحف سرَّحت 9 % من موظفيها (في مجال الرياضة مثل "ذا مافن " (The Maven). (الصادق الحمامي، 2020، 11)

ومن جهة أخرى اتجهت العديد من الصحف المغربية إلى التوقيف المؤقت للإداريين والتقنيين، والتخفيض من أجور الصحفيين ما بين 20% و50 % والاستغناء عن بعضهم.(محمد أفزاز، 2020 ماي، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/5/7)

وبدورها أخبرت "نيوز كويست " (Newsquest)، وهي واحدة من أكبر مجموعات الصحف المحلية في المملكة المتحدة التي تمتلك أكثر من مائة عنوان، بما في ذلك " Glasgow's Herald "و"Brighton Argus"و Northern Echo "، موظفيها أنهم سيخضعون جميعا لتخفيض فوري في الأجور، وقالت إن العديد

سيضطرون إلى الحصول على إجازة دون أجر.(العربي الجديد ، 2020 مارس، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://www.alaraby.co.uk/) وأيضا قامت الجريدة البلجيكية " Le Soir بتسريح بعض موظفيها مؤقتا. (Schwab 2020 ,)

كما أعلنت مؤسسة " Reach " الناشر الإقليمي بالمملكة المتحدة الذي يطبع عناوين صحفية مثل: " the Express " و" Mirror " عن تسريح 20 % من موظفيها البالغ عددهم 4700 وهو ما يعادل 940 عاملا، فضلا عن تخفيض أجور كبار المدراء بنسبة 20 % أما بقية العاملين فبنسبة 10 % .(Amol Rajan , 2020)

نفس ترشيد النفقات اتبعتها بعض الصحف الأمريكية التي قامت بتخفيض أجور موظفيها مثل: (Condé Nast, Financial Times, L.A. Times)، بالإضافة إلى التسريح المؤقت للبعض الآخر. وحسب صحيفة "New York Times " فإن 33 ألف عامل بقطاع الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية سيتأثر بالإجراءات التي تتخذها مختلف المؤسسات الإعلامية للحد من الأزمة المالية التي تعرضت لها نتيجة لفيروس كورونا. (Schwab 2020 ,)

5.4 التمويل الرقمي كاستراتيجية اقتصادية لمواجهة المؤسسات الصحفية أزمتها المالية:

يندرج تنوع مصادر التمويل الرقمي للمؤسسات الصحفية ضمن استراتيجيتها الاقتصادية التي تمكنها من إدارة أزمتها المالية، حيث حسب العديد من الخبراء وعلى رأسهم Janine Warner المؤسسة المشاركة لمؤسسة Sembra Media، المختصة بتقديم استشارات بشأن استدامة وسائل الإعلام، تمثل هذه الاستراتيجية، مفتاح الاستدامة لهذه المؤسسات في أوقات الأزمات، فإذا بدأ مصدر ما بالشح، تتولى المصادر الأخرى توفير التمويل المطلوب. (شبكة محرري الشرق الأوسط، 2020 أكتوبر، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: (https://menaeditors.com/news/342-2020-10-02-11-36-49

ومن أهم مصادر التمويل الرقمي التي يمكن أن تبقي المؤسسات الصحفية نشطة في سوق الإعلام المكتوب أثناء الأزمات المالية نذكر:

-المحتوى الصحفي الرقمي المدفوع:

فرضت بعض المؤسسات الصحفية في سنوات ماضية رسوما على قرائها مقابل مطالعتهم لمقالاتها عبر موقعها الإلكتروني كجريدتي(نيويورك تايمز) شهر مارس 2011 وصحيفة " التايمز البريطانية " بداية شهر جويلية 2010، ليصبح المحتوى الصحفي الرقمي المدفوع الثمن منقذ هذه المؤسسات الصحفية في زمن الكورونا.

وفي هذا الصدد تنبأ التقرير السنوي لمعهد رويترز لدراسات الصحافة 2020، أنه خلال العام الجاري ستصبح عائدات القراء مصدراً رئيساً للدخل بالنسبة لنصف الناشرين. ويقول كاتب التقرير" :nic newman يجني الناشرون الذين راهنوا مبكراً على الاشتراكات والعضويات مقابل رسوم معقولة، كبديل للإعلانات، المكافآت الآن. " علما أن إيرادات سوق القراء تشتمل على مبالغ الاشتراكات والعضويات مقابل محتوى حصري أو نشرات الأخبار أو أي امتيازات أخرى.

ويعد نموذج freemium الذي تعتمد عليه مثلا The Daily Beast، الأكثر شعبية بين نماذج الدفع مقابل المحتوى. ويوفر هذا النوع المحتوى العادي مجانًا، لكنه يشترط الاشتراك للوصول إلى المحتوى الإضافي أو الحصري، حيث تسمح هذه الجريدة للمشتركين فقط بالوصول للمحتوى الحصري مقابل 100 دولار سنويًا. (شبكة محرري الشرق الأوسط، 2020 أكتوبر، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://menaeditors.com/news/342-2020-10-02-11-36-49)

كما نجد نموذج أو نظام العضوية (Membership) الذي حقق نجاحاً على المستوى العالمي ويوفر استدامة اقتصادية لسنوات، ومن بين الصحف العالمية التي تعتمد عليه نجد The Guardian التي وفق هذا النموذج توفر المحتوى مجانياً للجميع، وبالمقابل يحصل الأعضاء وهم بمثابة مساهمين على مميزات أخرى تبعاً لفئة عضويتهم، مثل المشاركة في الأنشطة وحضور الفعاليات، وأحياناً المشاركة في المحتوى، يذكر أن جريدة الغارديان كانت قد أعلنت في مارس الماضي (2020) عن تخطيها حاجز المليون مساهم بين مشتركين وأعضاء(أي وفق برنامج العضوية) خلال العالم المالي 2019 و2020، بواقع 790 ألف مساهم بشكل شهري، و340 ألف مساهم لمرة واحدة... وتطمح الصحيفة إلى الوصول لمليون آخر

بحلول 2022. (الدخاخني، سبتمبر 2020، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: /https://aawsat.com/home/article/2519461)

-العمليات التجارية الرقمية:

ابتكر بعض القائمين على المؤسسات الصحفية مصدر تمويل آخر بهدف التقليل من الخسائر المالية التي تعرضت لها بسبب شح مصادر تمويلها التقليدية جراء جائحة كورونا، ويتمثل هذا المصدر في القيام ببعض العمليات التجارية الرقمية والتي يقصد بها تقديم خدمة أو منتج رقمي مدفوع الثمن.

ومن بين الصحف التي تبنت هذه الاستراتيجية الاقتصادية نذكر الصحيفة السويديةDagens Nyheter ، حيث قامت بتصميم منتجات رقمية وبيعها مثل كتب صوتية لجميع قصصها الصحفية الطويلة، كما أطلقت تطبيقًا جديدًا للتسلية واختبارات الذكاء والكلمات المتقاطعة بجانب تطبيقها الإخباري، وفرضت رسوما مقابل الاشتراك الشهري. (شبكة محرري الشرق الأوسط، 2020 أكتوبر، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://menaeditors.com/news/342-2020-10-02-11-36-49) ومن جهتها قامتThe Telegraph Herald الأمريكية بتأسيس لعبة رقمية بعنوان Escape Room Dubuque، ينخرط فيها اللاعبون داخل سلسلة من التحديات والألغاز التي يجب عليهم حلها من أجل الخروج من الغرفة المغلقة. وحقق المشروع أرباحًا خيالية بعد ستة أشهر فقط.

وفي سياق متصل نجحت بعض المؤسسات الصحفية في تجاوز أزمتها المالية من خلال تنظيم فعاليات تعليمية من خلال شبكة الانترنت مثل تدريب الصحفيين والطلاب على العمل الصحفي مقابل رسوم معقولة حققت من ورائها أرباحا، خاصة بعدما أكدت دراسة لمركز المساعدة الإعلامية الدولية.(CIMA) على أن ما يقرب من 84 بالمائة من طلاب الصحافة وحديثي التخرج مهتمون بالتدريب. (شبكة محرري الشرق الأوسط، 2020 أكتوبر، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://menaeditors.com/news/342-2020-10-02-11-36-49)

نتائج الدراسة:

لقد توصلت ورقتنا البحثية التي اعتمدت على التحليل الوصفي الوثائقي الإلكتروني لعينة من الدراسات العلمية والمقالات الصحفية الوطنية والعربية والغربية المتناولة للأزمة المالية التي تعرضت لها مختلف المؤسسات الصحفية واستراتيجيتها الاقتصادية في مواجهتها والتقليل من أضرارها خلال الفترة الزمنية من شهر مارس 2020 إلى ماي من السنة نفسها إلى أهم النتائج الآتية:

-تعتبر المؤسسات الصحفية من أكثر المؤسسات الإعلامية تأثرا بالأزمة الصحية العالمية لوباء كوفيد 19 كونها تبيع منتوجها بثمن أقل من سعر تكلفته هذا من جهة، ومن جهة أخرى ما زالت هذه المؤسسات تعتمد على مصادر التمويل التقليدية في تحقيق الربح مثل: الاشهار والدعم الحكومي.

-عرفت بعض المؤسسات الصحفية على المستوى العالمي والتي استمرت في الصدور في ظل أزمة فيروس كوفيد 19 تراجعا ملحوظا في حجم سحبها وتوزيعها وإيراداتها الإعلانية ومن ثم تراجع في نسبة مقروئيتها.

-نجحت بعض المؤسسات الصحفية وخاصة الأجنبية في تخطي أزمتها المالية عقب جائحة كورونا باتباعها استراتيجية اقتصادية قائمة على الاعتماد على مصادر تمويل مواقعها الإلكترونية وتطبيقاتها على الهواتف الذكية منها: نظام الاشتراكات والعضوية.

-تنبأت بعض الدراسات الأجنبية أن المحتوى الصحفي الرقمي المدفوع سيصبح مصدرا رئيسا للدخل في المؤسسات الصحفية مما يوفر لها استدامة اقتصادية لسنوات.

-اضطرت المؤسسات الصحفية الأخرى التي تعاني اقتصادياتها من المشاكل المالية ذاتها إلى اتخاذ إجراءات تقشفية شديدة تندرج ضمن استراتيجيتها لإدارة أزمتها المالية كتقليص عدد صفحاتها وأرقام توزيعها وأيام الصدور، بالإضافة إلى إلغاء آلاف الوظائف وتسريح عدد كبير من العاملين فيها، وتخفيض الأجور.

-ابتكر بعض القائمين على المؤسسات الصحفية مصدر تمويل آخر بهدف التقليل من الخسائر المالية التي تعرضت لها بسبب شح مصادر تمويلها التقليدية جراء جائحة كورونا ويتمثل في قيامهم ببعض العمليات التجارية الرقمية مثل: إنتاج

وبيع كتب صوتية، تنظيم دورات تدريبية عبر الانترنت، تصميم تطبيقات للتسلية واختبارات الذكاء والكلمات المتقاطعة.

خاتمة:

وفي ختام ورقتنا البحثية يمكن القول إن الجانب الصناعي والاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتميزها بخصائص اقتصادية فريدة عن باقي المؤسسات الاقتصادية الأخرى أدى بها إلى التأثر بشكل كبير بالأزمة الصحية العالمية لوباء كوفيد 19، وهو ما يجعل إعادة النظر في وظائف إدارتها الصحفية ضرورة ملحة خاصة أوقات الأزمات المالية التي تتعرض لها من حين لآخر.

وهي الحقيقة التي أثبتتها الإدارة العلمية السليمة لبعض المؤسسات الصحفية الأجنبية في الكيفية التي واجهت بها أزمتها المالية التي تسبب فيها انتشار فيروس كورونا من خلال تبنيها لاستراتيجية اقتصادية قائمة على البحث عن مصادر تمويل مبتكرة ورقمية تغطي بها عجزها المالي بعدما عرفت شحّا من مصادر تمويلها التقليدية.

فالمؤسسات الصحفية اليوم عليها أن تتحول إلى مؤسسات مقاولاتية غير نمطية ترتكز على عامل الابتكار والإبداع في الإنتاج، الطبع، التوزيع، التمويل بدل بقائها مؤسسات نمطية تعتمد على الإشهار الصحفي كمصدر أساسي لدخلها وربحها والذي إذا تراجعت نسبته بها سيؤدي لا محالة إلى اختلال توازنها المالي إن لم نقل إفلاس البعض منها.

المراجع:

1- الحمامي الصادق (2020)، كيف غيرت جائحة كورونا صناعة الصحافة و الميديا، مركز الجزيرة للدراسات، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://studies.aljazeera.net/ar/article/4685 .

2- الدخاخني فتحية (2020 سبتمبر 21)، التمويل الجماهيري للصحف والمواقع يواجه تحدي إقناع القراء، جريدة الشرق الأوسط، العدد 15273، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني:https://aawsat.com/home/article/2519461

3- الشجيري سهام (2014)، اقتصاديات الإعلام، ط 1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، الإمارات.

4- الشرق الأوسط (2020، أوت 7)، بعد تراجع المبيعات وعائدات الإعلانات... هل يكتب كورونا نهاية الصحافة الورقية؟ تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: /https://aawsat.com/home/article/2435346

5- الطيب عبد الله عبد النبي، إدارة المؤسسات الصحفية، (ب.ط)، جامعة وادي النيل، السودان.

6- العربي الجديد (2020 مارس 26)، ضربة كورونا للصحافة: صحف محلية بريطانية تتوقف عن الصدور، شركة فضاءات ميديا ليمتد ، لندن، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://www.alaraby.co.uk/

7- المسلمي عبد الله إبراهيم (2007)، إدارة المؤسسات الصحفية، ط 2، دار الفكر العربي، القاهرة.

8- النبهاني عطشان أحمد، الجبوري عبودي نعمة علي (2016)، اقتصاديات الإعلام، ط 1، دار الرياحين للنشر والتوزيع، العراق.

9- بن مرسلي أحمد (2014)، اقتصاديات الصحافة المكتوبة، ط 1، الجزائر، الورسم للنشر والتوزيع.

10- بيان صادر عن إدارة جريدة النهار الجديد الجزائرية التابعة لمؤسسة الأثير للصحافة، بتاريخ 24 أفريل 2020، متوفر على الخط التالي: https://www.ennaharonline.com

11- محمد سيد محمد،اقتصاديات الإعلام (المؤسسة الصحفية)، (ب.ط)، القاهرة، دار الفكر العربي.

12- علم الدين محمود، العباسي أميرة (2001)،إدارة الصحف واقتصادياتها، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

13- شبكة محرري الشرق الأوسط (2020 أكتوبر 01)، مصادر للتمويل ساعدت المؤسسات الصحفية على تخطي الأزمة المالية عقب الجائحة، تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني: https://menaeditors.com/news/342-2020-10-02-11-36-49)

14- محمد أفزاز (2020 ماي)، مؤسسات أفلست وإيرادات توقفت بسبب كورونا.. الجزيرة نت ترصد الأوضاع المالية للصحافة الورقية بالعالم العربي،تم الاسترجاع من الموقع الإلكتروني(https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/5/7

15- وكالة الأنباء الجزائرية (2020 ماي 02)، فيروس كورونا: الصحافة المكتوبة جد متضررة و الدعوة الى التفكير بغية إنقاذ القطاع، تم الاسترجاع من الموقع

الإلكتروني : http://www.aps.dz/ar/algerie/86764-2020-05-02-16-19-15

16- Mind Media (2020 avril02) ; Covid-19 : les conséquences sur le secteur des médias et de la publicité en ligne, voir le lien : https://www.mindnews.fr/article/18217/covid-19-les-consequences-sur-le-secteur-des-medias-et-de-la-publicite-en-ligne/

17- Schwab Pierre-Nicolas (2020**)**, Impacts du COVID-19 sur les médias et leur futur , into the minds , Bruxelles Belgique, voir le lien : https://www.intotheminds.com/blog/covid-impact-medias/

صحافة البيانات: فتح جديد في الصحافة المعاصرة
البيانات بدل الأخبار التقليدية الجاهزة- حالة كورونا

1- د. ياسين قرناني 2- ط د. مريم بوالصوف

1-جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2/مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

y.kernani@univ-setif2.dz

2-جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2/مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

m.boussouf@univ-setif2.dz

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى إبراز أهمية صحافة البيانات إذ أصبحت ركيزة أساسية للعمل الصحفي وجزء لا يتجزأ منه خصوصا في ظل الكم الهائل للبيانات الرقمية المتاحة يوميا في شبكة الانترنت ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي. وفي ظل تفشي فيروس كورونا فقد لعبت صحافة البيانات دورا أساسيا في نقل الأخبار وإعطاء الأرقام والإحصائيات والمستجدات الخاصة بتطور الوباء، فاستعانة المؤسسات الإعلامية على صحافة البيانات توفر للصحفيين المعلومات الضرورية لإثراء القصة الخبرية مع ضرورة التأكد من مصداقيتها وموثوقيتها.

الكلمات المفتاحية: صحافة البيانات، البيانات الرقمية، العمل الصحفي، جائحة كورونا.

الإشكالية:

تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية صحافة البيانات أو الصحافة المستندة إلى البيانات وهي صحافة متخصصة في إبراز الدور المتزايد للبيانات الرقمية والمرسومة في إنتاج قصص خبرية تضم عرضا مرئيا مبسطا للبيانات يسهل على الجمهور فهمه واستيعابه.

وقد مثل التطور الهائل في وسائل الاتصال ووفرة البيانات على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وما نعيشه حاليا من ثورة البيانات وتدفق البيانات الكبيرة والمعقدة جدا تحديا كبيرا في طرق عرض ونشر البيانات بالقوالب الصحفية التقليدية، ومن هنا تبرز أهمية صحافة البيانات في عصر التكنولوجيا الرقمية. ومن جانب آخر أدى التدفق الهائل للبيانات إلى افتقار أغلب هذه البيانات إلى المصداقية والموثوقية، ومن هنا تأتي أهمية استخدام الإحصاءات الرسمية كمصادر لصحافة البيانات. وقد بدأت الحكومات إدراك أهمية نشر البيانات والإحصاءات وإتاحتها للجمهور، فيأتي دور الصحفي للاستفادة منها واستخلاص تقارير صحفية لتوعية الجمهور. كما تؤدي صحافة البيانات دورها في تحسين جودة البيانات الرسمية.

فرضت أزمة كورونا انتشارا أكبر لصحافة البيانات نظرا لأهميتها خلال هذه الفترة... بعد أن أصبحت الأرقام مسألة يومية. وذلك منذ بداية الأزمة، أصبحنا تنتظر يوميّا، الناطق الرسميّ أو المسؤول عن الاتّصال بوزارة الصحة أو الجهة الرسمية المسؤولة عن قطاع الصحة والأوبئة الحديثة ببلدنا، ليخبرونا بعدد الحالات الجديدة، حسب الجنس أو الشريحة العمرية أو المنطقة وغيرها من التفاصيل. لقد أصبحنا حقّا نعيش تحت وقع الأرقام وذلك"الصفر" الذي اكتشفه عالم الرياضيات الخوارزمي، أصبح يعني لنا الكثير.

ووجد الصحفيون أنفسهم في مهمّة صعبة للغاية، وهي نقل الأخبار بصفة آنية من جهة، وبكل مصداقية من جهة أخرى نظرا لأهمية التثبت من المعلومات مع انتشار الإشاعات عبر الميديا الاجتماعية، الأمر الذي دفع الفايسبوك إلى نشر

مركز افتراضي للمعلومات Centre d'informations تحدّد به مصادر المعلومات بكل بلد. وتزايد الاهتمام بأخبار وتقارير وسائل الإعلام بشكل كبير في زمن كورونا.

لقد نال تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19) التغطية الإعلامية الأكبر من بين كل الأوبئة التي اجتاحت العالم على مرّ العصور، بما في ذلك تفشي إيبولا الأخير، إذ تظهر دراسة أجرتها مجلة التايمز الأمريكية أن عدد الصحف التي تناولت خبر انتشار الفيروس كان أكثر بـ23 مرةً مقارنةً بالفترة الزمنية نفسها لوباء إيبولا في 2018 وخلال الشهر الأول فقط من تفشي الفيروس. ومنذ بداية الأزمة، وجدنا الجميع يتحدث عن فيروس كورونا .... كل القنوات الإخبارية والإذاعية والجرائد الورقية والإلكترونية لا تتحدث إلاّ عن هذه الأزمة ... فهي محور حديث الإعلاميين والصحفيين في مناقشتهم لجميع المجالات حتى الرياضة والثقافة وإن ألغيت جميع الاحتفالات والتظاهرات الرياضية. ولكن ظلّت تلاحقنا أخبار الفنانين والرياضيين في علاقتهم بهذه الأزمة. (https://ajo-ar.org2019/8/7).

تعتبر اهتمامات الجمهور ودراسة العواطف في الصحافة الجديدة الآن مادةً لا يمكن تجاوزها لفهم طبيعة تأثير العمل الصحفي على الناس، فصناعة الإعلام تحدث تأثيرًا وتغييرًا في كل وقت، وفي حين أن المشاعر أشياء نحسّها كأفراد فإنها يمكن أيضًا أن تكون مشتركة وجماعية تنتشر عبر المجموعات والمجتمعات وتشكل ردود الفعل تجاه حدث ما. فالخوف مثل المرض ومثل الأخبار الزائفة، معدٍ ويمكن أن ينتشر بسرعة، بينما تزداد مسؤولية الإعلام، الوسيلة الأقوى والأسرع في نشر وإيصال الخبر والمعلومة، في ظل الأزمات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، فكيف لو كانت هذه الأزمة تلعب فيها العاطفة والحالة النفسية التحدي الأصعب في التخطي بأقل قدر من الخسائر. وانطلاقا من هذه المسؤولية نطرح التساؤل الرئيس الآتي: **لماذا يمكن اعتبار صحافة البيانات فتحا جديدا في الصحافة المعاصرة؟** وتندرج تحته تساؤلات فرعية:

- ما مفهوم صحافة البيانات؟
- ما تأثير وباء –كورونا- على قطاع وسائل الإعلام؟
- لماذا يمكن اعتبار صحافة البيانات مصدرا أساسيا للأخبار وهي المستقبل؟

- ما تحديات الثورة الرقمية أمام الصحفيين؟

- ما مراحل إنجاز قصة صحفية مدفوعة بالبيانات؟

مفهوم صحافة البيانات:

تعني صحافة البيانات إعداد قصص خبرية عن طريق معالجة مجموعات كبيرة من البيانات، حيث يجد الصحفيون قصصهم الخبرية، أو يضيفون أبعادًا جديدة لها، من بين طيات قواعد البيانات المختلفة. (www.noonpost.com/content/ 2019/10/12)

تعد صحافة البيانات Data journalisme مصطلحا شاملا يضم مجموعة متزايدة من الأدوات والتقنيات بغرض توفير المعلومات والتحليلات التي تساعد على كتابة تقارير صحفية ومواد إخبارية مبتكرة. (Gray, 2012).

وتعرف صحافة البيانات Data journalism بأنها صحافة متخصصة أو تخصص جديد في الصحافة لإبراز الدور المتزايد للبيانات الرقمية والمرسومة في إنتاج ونشر المعلومات في عصر الثورة الرقمية. وهي تعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتوى (الصحفيين)، والمختصين في عدد آخر من المجالات مثل التصميم الفني وعلم الكمبيوتر والإحصاء. ومن وجهة نظر الصحفيين فإن صحافة البيانات تمثل مجموعة متداخلة من المهارات المستخدمة في المجالات المختلفة لعرض البيانات بصورة مبسطة في قالب رسومي جذاب لجمهور القراء. (Thibodaux, 2011).

وصحافة البيانات هي الحقل الصحفي الذي يعنى بالبحث عن البيانات بمختلف أشكالها، والعمل على تحليلها والتوصل إلى تفسيرات ملائمة لها، وهو أحد ميادين العمل الصحفي الذي يشهد تطورات سريعة في مختلف المستويات. فأكثر من نصف المؤسسات العالمية في الولايات المتحدة وأوروبا حاليا تستعين بصحفي بيانات واحد على الأقل في غرف الأخبار لديها. كما يوجد اليوم أكثر من 200 مساق متخصص في صحافة البيانات يدرس في كليات الصحافة بالجامعات حول العالم. ويتم تصميم هذه البرامج من أجل إعداد الصحفيين للتعامل مع الموجة المقبلة من العمل الصحفي التحليلي المستند إلى ثقافة المساءلة.(معهد الجزيرة للأعلام، 2018، ص2).

تأثير وباء- كورونا- على قطاع الإعلام:

يناقش الكثيرون في كل مكان من علماء اجتماع وخبراء اقتصاد ومراقبين، مدى التأثير الذي سيتسبب به هذا الوباء على العالم أجمع، مقدمين العديد من الأطروحات والافتراضات التي يمكن للعالم أن يبدو عليها، ابتداءً من النظام الصحي والسياسي وحتى مدى تأثيره على عادات البشر لاحقًا بتغييره لشكل التواصل الجسدي على وجه الخصوص. بينما نتساءل هنا عما إذا كانت مهنة الإعلام والصحافة سينالها جزء من هذا التغيير، وبالفعل، يمكن القول إن الإعلام اليوم يعتبر من أول المجالات التي تشهد تغييرًا حقيقيًا.

ففي تقرير لكريغ سيلفرمان، صحفي ومحرر بصحيفة "باز فييد نيوز" يقول إن الكثير من المواقع الإخبارية التي تبثّ عبر الإنترنت تشهد ازديادًا كبيرًا في عدد الزيارات اليومية من القرّاء نتيجة قضاء الناس أوقاتًا أكثر في تصفح الإنترنت وقراءة المحتوى الطويل، بينما تعاني هذه المواقع من تراجع حركة الإعلان والدعاية فيها. من الواضح أن هذا الوباء يحمل في طياته الكثير من التحديات الاقتصادية والمهنية، حتى يثبت الإعلام قدرته كمهنة في المحافظة على السمة الإنسانية المتأصلة به. وحسب شركة Fisco فإن الاشتراكات- التي تمثل أكثر من 60% من عائدات الشركة- ترتفع، لكن الإيرادات لا تعوض الانهيار التام للإعلانات، ومن غير الواضح ما إذا كان هذا الوضع سيعود إلى وضعه الطبيعي بعد انتهاء أزمة الوباء أم لا.

هذا الأمر الذي يمكن أن يتسبب لوسائل الإعلام الإخبارية بأزمة أسوأ من الأزمة المالية لعام 2008 التي شهدت انخفاضًا في الإيرادات بنسبة 19%، وفقًا لمحلل صناعة الأخبار في موقع أخبار الاقتصاد "Newsonomics" الدكتور كين، الذي قال:" إنها أزمة للصحف والمواقع" أسوأ مما كانت عليه عامي 2008 و2009"، متوقعًا "سنرى للأسف المزيد من الصحف المغلقة، والمزيد من الفراغ في الصحافة نتيجة لذلك".

ومن الواضح أن هذا الوباء يحمل في طياته الكثير من التحديات الاقتصادية والمهنية حتى يثبت الإعلام قدرته كمهنة في المحافظة على السمة الإنسانية المتأصلة به، ونهايةً، إدراك مدى تأثير كل كلمة تُكتب في مقال أو خبر أو

فيديو هو ما يجب وضعه نصب عيني كل صحفي أو صانع محتوى في هذا الحقل، فالخوف سيجعل المتلقي يشعر بالذعر ومن ثم سيدفعه لفعل أشياء أسوأ كتعميم الشائعات أو الوقوع فريسةً لها أو إلقاء اللوم على مجموعة معينة ومعاملتها على هذا الأساس.(2019/08/07https://www.noonpost.com/content)

1-وسائل الإعلام الأجنبية والدور الذي لعبته خلال أزمة كورونا

إن مهمة وسائل الإعلام تكمن في التوعية بالوباء والحد من التهويل والتهوين الذي يسهم في تصاعد حالة الخوف والهلع، ومن الأجدر الاستعانة بأهل التخصص وإعطائهم المجال للمشاركة في تصحيح وتقديم المعلومة الطبية، من خلال تسخير الشاشات والصفحات لهم كونهم خط دفاعنا الأول أمام هذا الوباء.

وقد حاول الإعلام العربي منذ بدء انتشار فيروس كورونا حول العالم نقل الأخبار وتعقب سير الفيروس وانتشاره ومدى جدية تهديده، في الوقت الذي كان لا يزال انتشاره أكبر خارج حدود المنطقة، في الصين وأوروبا ومناطق أخرى، فكان نشاطه . حينها- مقتصرًا على نقل أخبار الدول التي تفشى فيها الفيروس والخطط التي تسعى الحكومات لتطبيقها أو فرضها للسيطرة على الوضع.

كما استمرت التغطيات بمتابعة ماهية الفيروس وكيف وصل إلى مرحلة "الجائحة"، مستعينًا بنقل الأخبار عن مصادر موثوقة أو غير موثوقة أحيانًا، الأمر الذي أسهم لاحقًا في انتشار كميةٍ مهولة من المعلومات غير الصحيحة مثل:

إن انتشار الفيروس نشأ من "شوربة خفافيش" في الوقت الذي ما زال مصدر هذا الفيروس غير معروف حتى الآن، كما تبيّن منظمة الصحة العالمية على موقعها بالإنترنت. https://www.noonpost.com/content(02/04/2020)

تلعب الكثير من الأمور دورًا في الشكل الذي تختاره المنصة الإعلامية للمشاركة في أزمات كهذه، بدايةً من مراقبة القرارات الحكومية ونقدها سعيًا لتحقيق المصلحة العليا أو انتقاء الأخبار والحقائق والإحاطة المطلوبة في التعاطي مع الأخبار السلبية واستعراض الإيجابية منه والمشاركة في صنع التسلية والترفيه بهدف خلق نوع من التوازن بتقديم الحلول والبدائل، إلى جانب نقطةٍ تكاد تكون الأهم في عالم التلفاز الذي شهد عودة جمهوره إليه بعد فرض الحجر المنزلي وحظر

التجول في الكثير من الدول حول العالم وهي أسلوب المقدّم أو المذيع في استعراض الأخبار السلبية أو المحزنة، إذ استطاع الإعلام الغربي من خلال مقدّمي الأخبار تقديم صورة أقرب لرباطة الجأش منها للشك أو الحيرة. فكيف لو كان هذا المذيع يسهم في نشر الهلع أو الخوف عبر حساباته الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الذي يتابعه الآلاف متخذين منه مثالًا مؤثرًا.

وفي الوقت نفسه، يعزى قصور الإعلام العربي في تقديم أفضل ما لديه بالحالة التي عليها الإعلام والصحافة في وطننا العربي، إذ إن الكثير من الحكومات العربية لا تتعامل . حتى الآن . بشفافية ووضوح مع منصات الإعلام والتليفزيون فيما يخص أعداد المصابين أو توضيح خططها لوسائل الإعلام للتعامل مع الجائحة.(2018/www.noonpost.com/content)

وعلى عكس المتوقع، لم يسجل الإعلام الأجنبي موقفًا أفضل بكثير من العربي في تقديم هذه الأزمة لجمهوره، فرغم أنه يصعب رصد تعامل مختلف وسائل الإعلام الغربية وطريقتها في معالجة الأزمة، فإن الأرقام كفيلة بتوضيح بعض زوايا الإخفاق والنجاح. إذ يشير بحث صغير لكارين وال جورجينسين، وهي مديرة تطوير البحوث والبيئة في كلية الصحافة بجامعة كارديف البريطانية، أن الخوف كان السمة الأبرز في كل وسائل الإعلام الأجنبية في تقديمها لجائحة كورونا المستجد، فمنذ أن نُشر الخبر للمرة الأولى في 12 من يناير، وحتى 13 من فبراير الماضي تم نشر 9387 مقالًا عن تفشي الفيروس، من بينها 1066 مقالًا تطغى عليه سمة "الخوف" أو كلمات ذات صلة بالهلع والتهويل.

على سبيل المثال، استخدم 50 مقالاً عبارة "فيروس قاتل"، ملحق بصور من مدينة ووهان الصينية، فيما تداولها الناس على مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت أغلب التعليقات عنصرية تجاه ثقافة الطعام الآسيوي، أما باقي القصص فكانت تنقل صورةً عن أناس يرتدون الأقنعة الواقية بينما يفقدون وعيهم في الشارع، مما أدى لاحقًا إلى تشكك المئات من المواطنين الخائفين الذي يسكنون نفس المنطقة التي تم تداول الصور منها بأنهم مصابون بالفيروس.

أسهمت هذه الأخطاء التي ربما تكون بنظر البعض ممكنة وقابلة للتعويض أو التراجع بأضرار مباشرة على أشخاص كثر.

كما كانت هناك صحف مثل The Sun و The Daily Mail أكثر استخدامًا للغة التي تثير الخوف، فعلى سبيل المثال تشير مدونة Live Sun Virus Avon Corona virus Live بشكل مباشر للفيروس على أنه"مرض قاتل" رغم أنه يعتبر أقل خطورةً من السارس الذي انتشر عام 2010 حسب منظمة الصحة العالمية. وقد أسهمت هذه الأخطاء التي ربما تكون بنظر البعض ممكنة وقابلة للتعويض أو التراجع بأضرار مباشرة على أشخاص كثر، فعلى سبيل المثال ذكرت صحيفة مانشستر إيفننج نيوز أن خوف الناس من فيروس كورونا كوفيد -19 عاد بالضرر على الكثير من الشركات الصينية، حيث أبلغت بعض الشركات عن انخفاض بنسبة 50% في عائداتها منذ تفشي المرض نتيجة إحجام الناس عن التعامل معها بناءً على دوافع عنصرية أو عرقية.

سقط الإعلام الغربي كما فعل العربي في عدة اختبارات مهنية وإنسانية وضعتها جائحة كورونا أمامه، وتسبب بأضرار مباشرة وغير مباشرة لأشخاص حول العالم، لكنه حقق أيضًا تنازلات ربحية مادية كبعض المواقع التي تقوم على الاشتراكات المدفوعة، حين جعلت المحتوى المتعلق بالوباء متاحًا للجميع دون الإضطرار للدفع مقابل تصفحه، وبالفعل أنتجت هذه المنصات محتوى ضخمًا وشاملًا رغم إهمالها الجوانب النفسية للمرض أو طرائق تقوية المناعة وغيرها (2020www.noonpost.com/content).

صحافة البيانات مصدر أساسي للأخبار وهي المستقبل

تتحول صحافة البيانات إلى مصدر أساسي للأخبار نظرا إلى اعتمادها على تقارير دقيقة وبيانات موثوقة بالأرقام، وأصبحت حاجة ملحة في المؤسسات الصحافية التي تريد البقاء في واجهة المشهد والتأثير في الرأي العام. تبرز أهمية صحافة البيانات والحاجة إليها في عصر تكنولوجيا الرقمية، فالمعلومة مقدمة على الرأي الشخصي، وهكذا تفكر الصحافة في العالم الجديد. ومع بزوغ نجم صحافة البيانات في الغرب بدأت غرف الأخبار المتقدمة في تقليص عدد المحررين الذين يتجهون إلى مجال العلاقات العامة ويستبدلونهم بآخرين مهتمين بالاستقصاء وجمع وتحليل المعلومات. والسؤال هنا: لماذا نحتاج إلى صحافة البيانات؟

إذ إن عملية إضافة بيانات للقصة الخبرية في أبسط صورها تضفي بعدًا جديدًا لم يكن موجودًا من قبل في تلك القصة، ومع التعمق في قواعد البيانات أيضًا يمكن للصحفيين ابتكار قصص جديدة من بين ثنايا قواعد البيانات، أو إضافة جوانب جديدة لقصصهم الأصلية، لم تكن لتظهر بطريقة أخرى، ومن هنا اكتسبت صحافة البيانات أهميتها.

هذا النوع من الصحافة بحسب ما يرى رشيد جنكاري هو وسيلة تقنية تستدعي اللجوء إلى الحواسيب والهواتف الذكية والألواح الإلكترونية بطريقة جديدة لإعداد الروايات والأخبار الصحفية. فالصحافة القائمة على البيانات كما يرى تشكل قطيعة مع الممارسة الصحفية التي كانت تعاني من شح المعلومات وصعوبة صيد الخبر وجمعه، وأما مع الطفرة التقنية، فقد أصبحت معالجة الخبر نفسِه أمرًا أكثر أهمية.(07/11/2017https://www.noonpost.com/content/).

إن المعلومات بشكل عام تتيح للصحفي العمل بشكل مستقل وأكثر ثباتا. فلنأخذ هذه المهام الصعبة بعين الاعتبار؛ وذلك عوضا عن البحث عن صحفيين لمجرد ملء الصفحات والمواقع الإلكترونية بنسخ متكررة من المحتوى نفسه، وهو ما يحتاج إلى تدريب للصحفيين على المهام والمهارات الجديدة.

يقول **فيليب ماير**، أستاذ غير متفرغ بجامعة شابل هيل بشمال كارولينا:" إنها مهمة لتصفية تدفق البيانات، فعندما كانت المعلومات شحيحة كانت كل جهودنا مكرسة لصيد الخبر وجمعه. أما الآن ومع وفرة المعلومات أصبحت معالجة الخبر نفسه أمرا أكثر أهمية. ويتم **معالجة الخبر على مستويين:**

1- تحليل لإيجاد معنى ووضع هيكلة لسيل البيانات غير المتناهي.
2- عرض الخبر للحصول على ما هو مهم وذو صلة بالمستهلك، تشبه صحافة المعلومات العلوم، فهي تكشف أساليب عملها وتعرض استنتاجاتها بطريقة يمكن التحقق منها عن طريق تكرار الأساليب نفسها".

أما **أرون بيلهوفر**- نيويورك تايمز فيرى أنها نهج جديد في طرح التقارير ويقول: إن صحافة البيانات هو مصطلح شامل يضم مجموعة متزايدة من الأدوات والتقنيات، ونهج يتبع في طرح القصة، ويمكن أن يشمل كل شيء، بدءا من إعداد التقارير بالطريقة التقليدية بمساعدة الحاسوب(باستخدام البيانات

ك" مصدر" لتلك التقارير)، مرورا بالرسوم البيانية(**الانفوجرافيك**) الأكثر تطورا، وانتهاء بتطبيقات الأخبار".

ويبقى الهدف العام لصحافة البيانات ذا طابع صحفي أيضا، وهو توفير المعلومات والتحليلات التي تساعد على إثرائنا جميعا بأخبار تخص القضايا المهمة اليومية.

وهو ما يؤكده براين بوير - شيكاغو تريبيون: " تشبه صحافة الصور لكنها تستعين بجهاز الكمبيوتر المحمول حيث تختلف"صحافة البيانات" عن "صحافة الكلمة" في كون كل منهما يستعين بأدوات مختلفة. فكلاهما يعمل في مجال البحث عن الأخبار ونقلها بعد ربط المواد بعضها ببعض. وأيضا يمكن القول إن صحافة البيانات تشبه صحافة الصور مع استبدال آلة التصوير بجهاز الكمبيوتر المحمول".(http://fourth4power.blogspot.com/2015/04/blog-postl).

يقول **تيم بيرنرز لي** – مؤسس شبكة الإنترنت العالمية:" إن المستقبل ملك الصحافة المعتمدة على البيانات، لذا وجب على كل صحفي أن يبرع في التعامل مع تكنولوجيا البيانات". ويضيف: " في الماضي كان الصحفي يحصل على المواد عن طريق الدردشة مع الناس في الحانات وربما ما يزال الأمر كذلك في بعض الأحيان، لكن الحال تغير الآن وأصبح من اللازم على الصحفي أن ينكب على دراسة البيانات مع تجهيز نفسه بالأدوات اللازمة لتحليلها وانتقاء ما هو مثير للاهتمام مع الحفاظ عليها جميعا في رسم توضيحي، لمساعدة الناس على رؤية جميع زوايا الموضوع وفهم حقيقة ما يدور حولهم ".

أما **ديفيد اندرتون** وهو صحفي مستقل يرى أنها محاولة لاتحاد الأرقام مع مجال العمل بالكلمات ويقول: " تملأ صحافة البيانات الفجوة بين العاملين في مجال إعداد الإحصائيات ومجال صياغة الكلمة، عن طريق العثور على القيم المتطرفة والبحث عن النزعات الجديدة، التي غالبا ما لا تحمل فقط دلالات إحصائية لكنها أيضا تتعلق بمسألة تجزئة وتبسيط طبيعة عالمنا المعقد الحالي".(2019http://fourth4power.blogspot.com/2015/04/blog-post).

ووسط التدفق المعلوماتي اليومي الذي تتيحه شبكة الإنترنت وما تمثله من مصادر لملايين المعلومات المفتوحة، إضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وقدرتها على

سحب البساط من المواقع الإخبارية، كمصدر سريع ومباشر للأخبار، ظهرت حاجة ملحة إلى ترسيخ مفهوم صحافة البيانات، التي تعنى بعرض المعلومات والبيانات الموثقة، وتحليلها وتفسيرها، لتحويل الأرقام الجامدة إلى معلومات تضيف للقارئ، وذلك باستخدام برامج وتطبيقات تزداد دقة وفاعلية يوما بعد آخر.

خلال العقد الماضي، أصبحت صحافة البيانات واحدة من أساسيات العمل في الصحافة الغربية، ليس فقط كونها موثقة ولا تحتمل الخطأ، ولكن أيضا لقدرتها على جذب القارئ، والخروج من فخ النص التقليدي، عن طريق إضافة رسوم بيانية، وخرائط تفاعلية، والجداول وغيرها، ليصبح للمصمم دور رئيسي في نجاح القصة الصحافية، تماما مثلما يلعب المخرج الصحافي دورا رئيسيا في نجاح المطبوعات الإخبارية الورقية.

ومؤخرا انتبهت المؤسسات الصحافية العربية إلى أهمية صحافة البيانات في ترسيخ مبادئ العمق والمصداقية، فتأسست شبكة صحافيي البيانات العرب، التي عقدت مؤتمرها السنوي الثاني خلال شهر مارس (آذار) الحالي، بحضور 300 صحافي من جميع أنحاء العالمين العربي والغربي. (19/09/2016https://aawsat.com/home).

في كتاب صحافة البيانات، كيف نستخرج الأخبار من أكوام الأرقام والمعلومات في الإنترنت يرى محرروه الثلاثة جوناثان غراي، ليليان بونيغرو، لوسي تشيمبرز أن الصحافة تتعرض لنوع من الحصار، حيث كان الصحفيون الوحيدين الذين يستخدمون التكنولوجيا لنسخ ما حدث في الليلة السابقة وتوزيعه، وكانت المطبعة بمثابة بوابة، فإذا أراد أي شخص الوصول إلى أناس في مدينة أو منطقة ما في الصباح التالي، لجأ إلى الصحف.

واليوم تتدفق الأخبار أثناء حدوثها من عدة مصادر ومن شهود ومدونات، وما يحدث تتم تصفيته من خلال شبكة هائلة من المواقع الاجتماعية، ولهذا السبب تزداد أهمية صحافة البيانات، حيث تتزايد أهمية الجمع والانتقاء من بين هذا الكم الهائل، وتخيل ما يحدث بشكل يتجاوز محدودية ما تستطيع العين رؤيته، وطرحه للناس من خلال هذه البيانات التي باتت متاحة للجميع. وباستخدام هذه البيانات يتبع الصحفي نهجًا معينًا في طرح القصة، ويمكن أن

يشمل هذا كل شيء، بدءًا من إعداد التقارير بالطريقة التقليدية بمساعدة الحاسوب(باستخدام البيانات كمصدر لتلك التقارير، مرورًا بالإنفو جرافيك وهي النسخة الأكثر تطورًا من الرسوم البيانية، وانتهاءً بتطبيقات الأخبار.(ملكة العمري. https://www.radioexpressfm.com/ar. 2019).

إن توفير المعلومات والتحليلات استنادًا إلى المعلومات البيانية هو الهدف العام لصحافة البيانات، وهو ما يساعد على إثراء الأخبار بمصداقية أعلى، لذا يطرح هذا الأمر تحديًا جديدًا على الصحفيين، وهو باختصار كيف يمكن استخدام البيانات الرقمية لإنتاج وتوزيع المعلومات في القصص الصحفية؟ استهلت مديرة مكتب منظمة المادة 19 سلوى الغزواني ورشة العمل حول الحق في المعلومة في زمن الكورونا صباح اليوم 4 سبتمبر 2020 بالتأكيد على الوضع الصعب الذي تمر به البلاد التونسية مشيرة إلى الكم الهائل لعدد المصابين بفيروس كورونا المسجل خلال الفترة الأخيرة. وأفادت سلوى الغزواني أن الوصول إلى المعلومة أصبح أمرا صعبا حسب قولها:" الصحفي مطالب بأخذ المعلومة ولكن المعلومة غير متوفرة له"، مضيفة إلى أن الهدف من الورشة المقامة هو معرفة كيف يعيش الصحفي خلال هذه الفترة.

ومن جهته أوضح **عدنان الأسود** رئيس هيئة النفاذ إلى المعلومة بالنيابة النقطة الإيجابية التي خلقها فيروس كورونا رغم مخلفاته السلبية ألا وهي المساهمة في تفعيل قانون 22 والمتمثل في حق النفاذ إلى المعلومة. وأكد الأسود دور الملحقين الإعلاميين والصحفيين في التقصي والتعاطي مع الخبر وطريقة التحليل خاصة في صحافة البيانات والأرقام معبرا عن تأسفه تجاه الأرقام التي أعلنت عليها وزارة الصحة. وأفاد عدنان الأسود أن أكثر جهة معنية بثقافة الوصول إلى المعلومة والخبر هي "هيئة النفاذ إلى المعلومة" معرجا على دورها والذي يتمثل في تبسيط المعلومة وتسهيل إيصالها لا تقديم الآراء حسب قوله.(ملكة العمريhttps://www.radioexpressfm.com/ar. 2019).

ما تحديات الثورة الرقمية أمام الصحفيين؟

لقد أدت جائحة كورونا إلى طفرة إخبارية لا مثيل لها في الصحافة حتى إنها وُسِمَت بطفرة فيروس كورونا. وكان السياق الاستثنائي لجائحة كورونا فرصة

لمؤسسات الميديا لتطوير منتجات صحفية جديدة على غرار الخرائط التفاعلية والتقارير التفسيرية وصحافة البيانات أو لدعم منتجات بعينها كالنشرات الإخبارية التي كان لها استخدام واسع ومنتشر على غرار صحيفة "واشنطن بوست" التي أنتجت نشرة إخبارية خاصة بالوباء. وإضافة إلى النشرات، طوَّر العديد من المؤسسات خدمة البودكاست، فعلى تليفزيون "سي إن إن" أُطْلِق بودكاست يومي ومجاني (Coronavirus: Fact vs Fiction) يشرف عليه طبيب أميركي ومقدم برامج، كما طوَّرت بعض مؤسسات الميديا المحلية: بودكاست على غرار صحيفة (Ouest France) التي أحدثت بودكاست.(Comme à la maison).

ولا شك أن التفسيرات تمثِّل أكثر الأجناس الصحفية التي استخدمتها الصحافة. ومن الأدوات التفسيرية التي يمكن أن تكون مثالًا حيًّا الدليل الذي أصدرته صحيفة "البابيس"، ويتضمن كل ما يجب أن يعرفه القارئ عن الجائحة مع قسم خاص بأسئلة القرَّاء. بل إن موقع" الغارديان" أنشأ قسمًا خاصًّا بالتفسيريات المرتبطة بالجائحة يتضمن تقارير تفسيرية وتقارير بيانات وخرائط تفاعلية وفيديوهات تحرٍّ. وهي على نحو ما مثال جيد لما يمكن أن تقوم به الصحافة في وقت الأزمات من تفسير وإنارة وإعطاء الخلفية المعرفية الضرورية للقارئ حتى يفهم بنفسه الأحداث كقارئ راشد. ولم تكتف المواقع الصحفية التقليدية بالتفسيريات التي نجدها أيضًا حتى في وكالات الأنباء على غرار رويترز مثلًا/https://studies.aljazeera.net/ar/article) النشر 2017).

يقول **تيم بيرنرز لي** مؤسس الويب:" إن المستقبل ملك الصحافة المعتمدة على البيانات لذا وجب على كل صحفي أن يبرع في التعامل مع تكنولوجيا البيانات". ويضيف:" في الماضي كان الصحافي يحصل على المواد عن طريق الدردشة مع الناس في الحانات وربما ما يزال الأمر كذلك في بعض الأحيان، لكن الحال تغير الآن وأصبح من اللازم على الصحفي أن ينكب على دراسة البيانات مع تجهيز نفسه بالأدوات اللازمة لتحليلها وانتقاء ما هو مثير للاهتمام مع الحفاظ عليها جميعا في رسم توضيحي، لمساعدة الناس على رؤية جميع زوايا الموضوع وفهم حقيقة ما يدور حولهم".

لذا ربط البعض بين مستقبل الصحفيين ورهنه بقدرتهم على مواكبة الطفرة التقنية الحالية، التي انتقلت من مجرد المعرفة باستخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية كوسائل جديدة لنقل الخبر ومواكبة الأحداث، إلى خوض غمار عالم صحافة البيانات، التي تتطلب معرفة برمجية وتكنولوجية أعلى بكثير من ذي قبل لدى الصحفي. وهو ما يعني أن الأمر لم يعد مجرد وجود زاوية صحفية لدى الصحفي المحترف، بل تعدى الأمر الآن ليتطلب معرفة تقنية عالية بالصحافة الرقمية وأدواتها وتكتيكاتها. حيث تعتمد صحافة البيانات بشكل رئيسي على الأرقام المجمعة على شكل معطيات إحصائية من خلال المصادر المفتوحة المتوافرة للجميع الآن، ثم تقوم فرق عمل صحافة البيانات بجمعها ثم إخضاعها لعمليات فرز وتنسيق، ثم مرحلة التحليل بهدف استخراج الأنماط الموجودة بداخلها وصولاً إلى إيجاد قصص خبرية داخل تلك الأنماط، وهو ما يتطلب استخدام برمجيات مساعدة عدة في كل مرحلة من هذه المراحل.

شهدت السنوات الماضية صعود البيانات كمصدر أساسي للأخبار بدلاً من الأخبار التقليدية في حد ذاتها، وينظر إلى المستقبل بأنه ستتعدد فيه مصادر البيانات، تلك التي تفصح عنها المنظمات والحكومات كجزء من الشفافية، والبيانات التي يقدمها الأفراد طواعية، والبيانات المتعلقة بالمنصات الإلكترونية، والبيانات المسربة. وعليه فإن هناك اتجاه لأن تحل صحافة البيانات محل الصحافة الخبرية التقليدية، ويتوقع أن تكون المجال الأكثر تفضيلًا للصحفيين، بمعنى أنها أصبحت تفرض نفسها بقوة، وتمثل كذلك اتجاهًا جديدًا لمستقبل الصحافة يرتبط بالتكنولوجيا والإيضاحات البصرية.

ويبدو من كل هذا أن مجال الصحافة والإعلام لم يعد نظريًا بعد اليوم، فمن خلال هذه التحديات الكبيرة تنتظر المؤسسات الإعلامية أعوامًا تطويرية، كذلك الأمر بالنسبة للصحفيين المستقلين وكليات وأقسام الصحافة عبر العالم.(أمل خيري. 2017//https://www.noonpost.com/content5).

مراحل إنجاز قصة صحفية مدفوعة بالبيانات

من أجل إنشاء قصة خبرية جيدة انطلاقا من البيانات والإحصائيات يتطلب على الصحفي المتخصص في البيانات التقيد بمجموعة من المبادئ المهمة وتتمثل في:

1-العثور على البيانات: تعد البيانات هي النقطة الرئيسية للانطلاق، ويمكنك البحث في قواعد البيانات الضخمة، أو المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية، أو مواقع الشبكات الاجتماعية للحصول على البيانات التي تبدأ منها قصتك.

جدول يوضح: مواقع متخصصة في صحافة البيانات

Datawrapper	رسم بياني	www.datawrapper.de
Timeline JS	خطّ زمني تفاعلي	www.timeline.knightlab.com
Storymap JS	خريطة تفاعلية	www.storymap.knightlab.com
Tableau	رسم بياني تفاعلي	www.public.tableau.com/s
Visually	غرافيك	www.visual.ly
Easelly	غرافيك	www.easel.ly
Vizualize me	غرافيك	www.vizualize.me
Click2map	رسم خرائط	www.click2map.com/fr
Visme	غرافيك	www.visme.co
Khartis	رسم خرائط	www.sciencespo.fr/cartographie/khartis
Someka	رسم بياني	www.someka.net/excel-templates/heat-maps
Infogram	رسم بياني	www.infogram.com
People Graph	رسم بياني	www.appsource.microsoft.com/en-us/product/office/WA104104476?tab=Overview
Venngage	رسم بياني	fr.venngage.com
Umap	رسم خرائط	www.umap.openstreetmap.fr/fr
Google Chart Tools	رسم بياني تفاعلي	www.developers.google.com/chart
AmCharts	رسم بياني تفاعلي	www.amcharts.com
Online Charts	رسم بياني تفاعلي	www.onlinecharttool.com

2- التحقق من البيانات: يمكن التحقق من البيانات والصور والفيديوهات بطرائق متنوعة، فيمكن التحقق من الصور من خلال موقع Google Images+ وهناك موقع متخصص للتحقق من الفيديوهات وهو YouTube Data Viewer ويمكنك التأكد من حسابات المصادر على "تويتر" من خلال موقع Flower Wonk

3-تنظيف البيانات وتوضيبها: يجب عند وضع البيانات في الإكسيل أن يقوم الصحافي بتنظيفها من خلال تحديد المعلومات التي سيبني عليها قصته بدقة، وحذف العلامات، وتنسيق الأعمدة والصفوف، ومراجعة البيانات بها وذلك قبل بدء عملية التحليل.

4-تحليل البيانات: يساعدنا برنامج الإكسيل في تحليل البيانات من خلال كشف العلاقات بين الأرقام، وخلق الروابط بينها، وإجراء المقارنات للوصول إلى الاستنتاجات التي سيعتمد عليها الصحفي في الرسوم البيانية التي سيصممها.

5-اختيار الأشكال البيانية المناسبة للقصة: تحديد الهدف من الرسم البياني (تحديد مساحة البيانات، عرض اتجاه البيانات سواء أكان تصاعديا أو تنازليا، مقارنة المعلومات ببعضها.

6- الاستعانة بالمواقع المتخصصة في تصميم البيانات: هناك مواقع كثيرة يستخدمها صحفيو البيانات حول العالم، من أمثلتها:

-موقع Storymap : الذي يساعد الصحفيين في خلق قصص صحفية مدعومة بالبيانات من خلال تحديد الحدود الجغرافية للقصة الصحفية، وإضافة المعلومات ذات الصلة بالقصة الصحفية، ويفضل استخدام هذا الموقع عند خلق قصة صحفية مرتبطة بالأماكن، سواء على مستوى محلي أو دولي.

-موقع Umap : هو موقع عالمي لصحافة البيانات، ويقدم خدماته للمستخدمين، وصحفيي البيانات بأكثر من 20 لغة، ويمكنك توظيف خرائط مميزة من خلال الأيقونات الشهيرة للأماكن، واختيار الأشكال والأحجام التي تريدها، ثم نسخ اللينك الخاص بالخريطة، ولصقه في موقعك الإلكتروني (https://aawsat.com/home/article//2020)

خاتمـــــــة:

لإضفاء مزيد من الموثوقية وأداء المهمة الكبرى التي تقع على عاتق الإعلام في هذا النوع من الأزمات، وهي الحدّ من انتشار المعلومة الخاطئة أو تصحيحها على أقل تقدير باستخدام كل أنماط صناعة المحتوى البسيط والمؤثر، بل وتوجيه الناس للاستماع إلى ما تصدره الجهات الطبية والرسمية في الدولة، ففي حالات كثيرة يكون الناس بحاجة ماسة للتوجيه والإرشاد وسط تخبط الكثير من المنصات. أما عند اقتراب الفيروس من الدول العربية من إيران نحو العراق ولبنان وانتشاره لاحقًا على نطاق أوسع في باقي الدول العربية، كان الجمهور العربي قد شكّل بالفعل صورةً مغلوطة عن ماهية الفيروس، وغاب كليًّا عن الطريقة التي يجب بها التعامل مع هذا الوضع من حجر صحي أو تطبيق تقنية المسافة الآمنة وغيرها من طرق التباعد، نتيجة غياب الاهتمام بالمعلومات المتعلقة بالصحة الجسدية والنفسية أيضًا.

لعبت صحافة البيانات دورًا جوهريًا في توفير معلومات موثوقة حول سرعة الانتشار وحدته، فعلى سبيل المثال أظهرت الخرائط التفاعلية تطوّر الإصابات وقدّمت تحديثات حول الفيروس في المدن والأحياء، فيما أوضحت الرسوم البيانية تأثيرات "كورونا" على جسم الإنسان، وجرى إعداد رسوم تظهر الحالات المصابة وأعداد الوفيات. وبما أنّ صحافة البيانات بأنواعها المختلفة قدّمت خدمة للناس عبر اطلاعهم على تفاصيل الجائحة وتطورها وتسجيل الوفيات وغيرها من المتغيرات، فقد أسهمت البيانات بإظهار كيفية تأثير الفيروس على المجتمعات المهمشة.

استخدام الأدوات التفاعلية يتيح للقراء العثور على مناطقهم في مجموعات بيانات كبيرة وتحديد مواقع تأثير الفيروس. على سبيل المثال، توصّل فريق في الجارديان أعدّ مشروعًا مستندًا إلى البيانات إلى أنّ سكان لندن الذين يعيشون في مناطق فقيرة لديهم فرصة أقلّ للوصول إلى المساحات الخضراء الخاصة وبذلك سيكونون الأكثر تضررًا من إغلاق الحدائق العامة. وتبين من خلال المشروع أنّ الأقليات العرقية في المملكة المتحدة تواجه مخاطر وفاة بسبب "كوفيد 19" أكثر من غيرها، مما أثار المزيد من الأسئلة حول الاختلاف في قدرة الوصول إلى الرعاية الصحية وظروف العمل الآمنة.

عملت صحافة التفاعلية والخرائط لمساعدة الجمهور في فهم المعلومات الكثيرة المنتشرة حول كورونا، لأنّ "صحافة البيانات هي المفتاح لفهم كيفية تأثير الفيروس وتدابير الإغلاق على حياتنا بشكل أوضح، كما أنّها تبرز أوجه عدم المساواة الجديدة التي تسبب بها الفيروس والدروس التي يمكننا تعلمها للمستقبل.

التعاون الكبير بين الصحفيين على اختلاف تخصصاتهم؛ إذ أصبح جميع الصحفيين، من المحررين الرياضيين إلى الكتاب المتخصصين بالموضة وغيرهم، جزءًا من الفريق الذي يغطي "كوفيد 19"، ولذلك فإنّ "هذه لحظة ذهبية لصحافة البيانات ويمكن لكل صحفي المساهمة في المشاريع الصحفية الصحية، بناءً على خبرة الصحفي المهنية، عليه البحث عن نوع القصص المرتبطة بكوفيد 19 التي يمكنه العمل عليها، البحث عن تداعيات الفيروس على المجتمعات المهمشة والتي لا تصل أصواتها وكذا التعرف على مصادر البيانات مثل مركز موارد جونز هوبكنز حول فيروس كورونا، والبيانات من نيويورك تايمز وواشنطن بوست. طرح أسئلة على صحفيين يقومون بالعادة بالإحصاء ويعدّون البيانات.

المراجع:

1- صحافة البيانات لتغطية أزمة الكورونا، https://ajo-ar.org/، النشر. 2019/8/7. الزيارة 2020/11/15.

2- أمل خيري، صحافة البيانات ودورها في نشر الإحصاءات الرسمية، www.noonpost.com/content/14005النشر 2019/10/12.الزيارة 2020/11/11

3-Gray.j.chambers. l.bounegru(2012) the data journalism handbook(how journalists can use data improve the news)California. O Reilly media. P4

4-Thibodeau.t (2011.october 6) 5 tips for getting started in data journalism. Retired from the pointer institute .http// www.poyenter.org/news/media-innovation/147734/5-tips- for-getting- started- in- data-journalism/

5- هل أثر الوباء على الإعلام، https://www.noonpost.com/content/9، النشر 2019/08/07، الزيارة 2020/11/15.

6- الإعلام في زمن الوباء.. كيف أبلت الصحافة العربية والدولية في أزمة كورونا؟https://www.noonpost.com/content/549.النشر/2020/4. الزيارة 2020./11/15

7- أمل خيري، صحافة البيانات ودورها في نشر الإحصاءات الرسمية، - https://www.noonpost.com/content5.،النشر 2017/11/07، الزيارة2020./11/10

8- صفاء عاشور، لماذا نحتاج إلى صحافة البيانات؟ http://fourth4power.blogspot.com/2015/04/blog-postl.،النشر 2019، الزيارة2020/10/11.

9- لماذا يتعين على الصحفيين استخدام البيانات؟ https://aawsat.com/home/article/1679061، النشر 2016/09/19، الزيارة 2020/11/16.

10- ملكة العمري. https://www.radioexpressfm.com/ar. النشر 2019/1/12. الزيارة 2020./11/11

11- أمل خيري، صحافة البيانات ودورها في نشر الإحصاءات الرسمية، - https://www.noonpost.com/content/14005 07/11/2017. الزيارة 2020/11/10.

12- أسماء قنديل، /. دليل صحافة البيانات".. طريقك لإنشاء -قصص صحفية مدفوعة بالبيانات، https://aawsat.com/home/article/2006926.، النشر 2020/2/5الزيارة 2020/11/10.

13- دليل صحافة البيانات، معهد الجزيرة للأعلام،2018.

14- كيف غيَّرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا؟.https://studies.aljazeera.net/ar/article/4685.النشر 2017/ الزيارة 2020/11/10

15- -https://www.noonpost.com/content/36549-نشر بتاريخ الزيارة 02/04/20202020/11/10

16- يمان الدلاتي، الإعلام في زمن الوباء.. كيف أبلت الصحافة العربية والدولية في أزمة كورونا، https://www.noonpost.com/content/36549-16، النشر 2018/الزيارة 2020/11/10.

تشظي الهوية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في زمن جائحة كورونا دراسة على ضوء الأخبار الكاذبة في الجزائر

1- جميلة بن زيدون ابراهيمي **2-مريم ضربان**

1- المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام/ Media , Usages Sociaux et Communication MUSC/ benzidoun.djamila@ensjsi.dz

2- جامعة الجزائر 03 /مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر / dorbane.meriem@univ-alger3.dz

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى توصيف العطب الأخلاقي والقيمي الذي انتهك الممارسة الإعلامية في عالم الميديا بعد الانزياح الحاصل في مصفوفتها الجديدة، وهو النقاش الفكري المتناحر بين المحتفين بها والرافضين لممارساتها المضعفة من هويتها الاحترافية وهالتها الأخلاقية، عند اقترانها بالأخبار الكاذبة والمضللة fake news التي انتشرت في البيئة البديلة ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، دونما تمحيص للمعلومة في ظل الركض خلف السبق الصحفي لعدد الوفيات والإصابات، التي تصف مشهد القلق الذي وصفه الفيلسوف الفرنسي Paul Virilio بالخوف والقلق، هذه الحيثيات التي جعلتنا نعود إلى الأسس الأولى التي كانت تبنى عليها أخلاقيات العمل الإعلامي والصحفي والمستند إلى تمحيص المعلومة والتأكد منها وهويتها خدمة للاحترافية والمصداقية في ظل خطر موت الخبر كسلعة تالفة بعد ثانية في زمن السرعة والتالي the speed and the next.

الكلمات المفتاحية: الأخلاقيات الإعلامية، كورونا، الأخبار الكاذبة، التشظي، الجزائر.

مقدمة:

أفضى زمن التسارع وراء السبق الصحفي، والنشر قبل التقصي وممارسة "شهوة" الإعلام في الأفضية الرقمية، وتلبيس الأخبار بالهاشتاق hashtag سعيا

وراء الترند trend والتالي the next، إلى حالة من التشظي والتشذر والسيولة التي يطارح بها كل من دريدا جاك، وزيجمونت باومان[1]، في تعبير عما تناوله أنطوني جيدنز A.GIDDENS وإلزا غودار E.Godart توصيفا للقلق الوجودي لتحيين اللحظة" هنا والآن"، هذه الأتمتة التي عرفتها الحياة الاجتماعية عندما اقترنت بالوباء كمشهد صحي عالمي أربكت المنظومة الصحية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في حالة من تناقل الأخبار تعبيرا عن الذعر الأخلاقي moral panic .

فما إن اجتاحت الجائحة كورونا متلازمة الشرق الأوسط التنفسية، مفهوم المحلية العالمية glocality على حد توصيف مانويل كاستلز M.Castells، حتى غزت عوالم الميديا الجديدة حالة من الذهان الهذياني للأخبار الكاذبة، الأخبار المضللة والمرفقة بالحقيقة"على الطلب" وكذا التراشق الدولي بصناعة اللوم على تصدير المرض، وغيرها من المواضيع في مواقع التواصل الاجتماعي، الصحف، القنوات التلفزيونية وغيرها، كل ذلك بالتحليلات العابرة في برامج الحوار والفيديوهات الشخصية، وهذه الحيثيات أدت بالعمل الإعلامي إلى التشظي والهشاشة مما جعلنا نتساءل عن خصوصيتها في السياقات الجزائرية قوانينا وممارسة.

إن التحول الرقمي الذي شهدته الألفية الثالثة، أظهر الحاجة إلى ضرورة **أخلقة الإعلام** ووضع مواثيق ومدونات تنظم وترشد ما ينشر عبر منصات الإعلام الجديد في ظل **جائحة كورونا** من خلال نشر "الكذب" والزيف وإثارة الرعب، إذ تناولت مواقع التواصل الاجتماعي موضوع كورونا دون احترام لأخلاقيات المهنة، وهذا وفق معادلة صعبة ما بين الالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة وبين تحقيق **السبق الصحفي، وعليه بات من الأهمية بمكان الحديث عن مواثيق الشرف الإعلامية وسيقنتها la contextualisation على الجائحة، إذ** تعتبر الأخبار الكاذبة من أكبر الظواهر المنتشرة في المجال العام الافتراضي من خلال التلاعب

---

[1]أطروحة فلسفية اجتماعية لزيجمونت باومانZ.Bauman(1925-2017) عالم الاجتماع البولندي، فهو يرى بأن الزمن الذي تطبعه التقنية والنقرة ، زمن العولمة والتعولم ميع العلاقات وأخرجها من حظوة الواضح والمقدس والحقيقة والزمن إلى الغامض واللاحقيقة والمتشظي والهش والسريع والسهل والفوري، وهو زمن استهلاك القيم، والاحتراف والموضوعية والحرفة ، والصدق الذي تبنى عليه أخلاقيات الممارسة أيا كان نوعها

بالصور والفيديوهات والفبركة، ويعتمد انتشار الأخبار الكاذبة على الذكاء الاصطناعي المتمظهر أساسا في الحسابات المزيفة المستندة على" **الشات بوت**" بوصفها خوارزميات تخدم معادلات التغريد والتعليق وحجم المشاركة في المجال العام(ملوكي، 2021، صفحة 372).

وتحت وطأة الجائحة قمنا بمراجعة أطاريح فكرية لحقوقيين وأخلاقيين ومهنيين تربط بين الزيف ومنعرجات العمل الإعلامي، والتلاعب بالعقول لفهم كيفية تأثير الأزمات على الصحافي بجعله يتخلى عن أخلاقياته ومبادئه؛ حيث جمع الوباء الإنسانية في انصهار واحد ومصير وأزمة اجتماعية كاشفة لقيم المساواة الاجتماعية في شكل أزمة معلوماتية واختلال معلوماتي أدى بالموازاة مع الوباء إلى وباء معلوماتي INFODEMIC الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية OMC الذي يحيل إلى انتشار الأخبار الكاذبة في ظل مجانية صناعة المحتوى؛ إذ اعتبر صادق الحمامي أن الأزمة أزمة نسقية هيكلية على عدة مستويات تسببت في انهيار بيئة الأخبار وشيوع الكذبة مولدة انتشار الصحاري الإخبارية news deserts في تشبيه لانهيار البيئة نفسها(الحمامي، 2020، صفحة 12)

الإشكالية: كيف أدت الأزمة الصحية العالمية(كورونا) إلى هشاشة الأخلاقيات الإعلامية في الجزائر في ظل الأخبار الكاذبة؟

التساؤلات:

-ما هو التراث النظري للأخلاقيات الإعلامية في العالم؟

-كيف تعاملت الترسانة القانونية الجزائرية مع الأخلاقيات في ظل الممارسة؟

-ما طبيعة الأزمة الصحية العالمية في العالم وما تداعياتها على الجزائر؟

-ما هي مظاهر العطب القيمي الإعلامي في ظل الأخبار الكاذبة؟

تأتي الدراسة لتبحث الأزمة الأخلاقية التي تعيشها الصحافة على صعيدها المهني في ظل الهجانة hybrid الإعلامية وقبل توصيف المشهد الذي أربك المنظومة القيمية للإعلام يتوجب من باب الأمانة المفاهيمية توضيح بعض المفاهيم المحورية في الدراسة:

1-1 تحديد مفاهيم الدراسة:

سنحاول في هذه الورقة تحديد المفاهيم والمصطلحات الموظفة على النحو التالي:

الجائحة:

تعرف بأنها حدث وبائي عالمي، مرض عابر للحدود، معد وقاتل، مما يتطلب تدخل عدد كبير من المنظمات الدولية، وخاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية(موقع المنظمة العالمية للصحة، التعريف بفايروس كروونا، 2020).

فيروس كورونا:

يستهدف الفئات الأكثر هشاشة،" كبار السن" وأصحاب الأمراض المزمنة ومن يعانون نقص المناعة بوصفه فيروسا طفيليا مجهريا، يعرف طبيا بمتلازمة الالتهاب الرئوي التاجي الشرق أوسطي واختصاره العلمي Middle East Respiratory Syndrome، الفيروس الشرق أوسطي، وتعد فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب اعتلالات تتنوع بين الزكام وأمراض وخيمة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسي(MERS-CoV) ، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) .(SARS-CoV) ويُمثِّل فيروس كورونا المستجد (NCoV) سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل. وتعد فيروسات كورونا حَيَوانِيّة المَصْدَر، ويعني ذلك أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر.

في 11 مارس أقرت منظمة الصحة العالمية أنها جائحة حيث بلغ في ديسمبر 2020 عدد الحالات المصابة إلى سبعين 70 مليون إصابة(موقع المنظمة العالمية للصحة، التعريف بفايروس كروونا، 2020)، وتشمل الأعراض الشائعة للعدوى أعراضًا تنفسية والحمى والسعال وضيق التنفس وصعوباته في التنفس والفَشَل الكُلَويّ وحتى الوفاة، إذ يستخدم وصف الوباء العالمي أو الجائحة (pandemic) لوصف الأمراض المعدية عندما نرى تفشيا واضحا لها وانتقالا من شخص إلى آخر في عدد من البلدان في العالم في الوقت نفسه(BBC, 2020) .

الإشاعة:

تتوالد في ظل غياب المعلومة الكاملة حول ظاهرة معينة، تقوم بنشر الخبر طريقة سرية تمتزج فيها الحقيقة بالوهم والتحوير والتحريف(سلطاني، 2010، صفحة 16) وقد تختلقها أو تقويها وسائل الإعلام الفاقدة للكفاءة في ظل الكوارث،

وفي ظل غياب الصحافة التفسيرية التي كشفت الجهل التقاني عند الصحافيين في التعامل مع مسمى صحافة الجودة والتغطية المسؤولة.

الهوية:

هي توصيف محدد للأشخاص والأماكن بواسطة الذات والآخرين ويقابلها باللاتينية ID ومنها اشتق لفظ Identité باللغة الفرنسية وidentity بالإنجليزية فهي من أصل لاتيني تعني" الشيء نفسه" أو ما هو عليه(أوشن، 2016، صفحة 189)، أما اصطلاحًا فتعرفها جنيفياف فينسونو Geneviève Vinsonneau في نقاشاتها حول المَجمَعة(التكييف مع الحياة الاجتماعية أو إضفاء الطابع الاجتماعي) أنها" الديناميكية التطورية التي يعطي بها الفاعل الاجتماعي(الفرد) معنى لوجوده ويربط الماضي بالحاضر بالمستقبل.. وهي بذلك تشكل تجميعا مكيفا مع العالم وتعطي في الوقت ذاته للفرد شعورا بالوحدة والثبات"(كاترين هالبيرن وأخرون ترجمة ابراهيم صحراوي، 2015، صفحة 87). فالهوية بهذا المعنى هي مجموع الخصائص التي يعرف بها الفرد نفسه، وهي غير متأثرة بالزمن فهي تعنى بسيرورة تطور الفرد في احتكاكه مع ذاته ومع العالم المحيط به. حيث يحافظ عليها الاتصال ويكونها وقد يضعفها ويقوضها أو يبنها (دينيس، 2010، صفحة 833)

التظليل:

هو نموذج جديد لإنتاج المعاني يعتمد على إثارة الرعب واللعب بالعواطف وإلغاء البعد العقلي والإدراكي أين تصبح الأنفس أرضية خصبة لتلقي أي معلومة وتصديقها في ظل العجز الإدراكي، وربما بتحوير المعلومة عن مصدر موثوق واستغلال وتوظيف الكذب ودمجه والحقيقة حتى يصعب التفكيك بينهما بشكل مدروس دون أن يشعر به المتلقي(بعزيز، 2015، صفحة 38).

أخلاقيات المهنة:

دينتولوجيا déontologie هي الأخلاقيات أو الواجب الأخلاقي في الممارسة المهنية (عطاله، 2019، صفحة 59)، في حين يضيف محمد قيراط مفهوم الأخلاق الأخلاقية Deontological Ethics على اعتبار أن علم الأخلاق من وجهة نظر فلسفية يعتمد على الاستقلالية الأخلاقية للفرد (قيراط، 2021، صفحة 18).

حيث يركز على ثلاثية معيارية تتجلى في احترام السرية والصدق والكفاءة(قيراط، 2021، الصفحات 22-23)، فهي عبارة عن تعليمات وممارسات تتجمع في تشريعات أو قواعد تضعها المهنة نفسها، وهي ملزمة أخلاقيا ولكن ليس لها جهاز إداري أو قانوني ونادرا ما تكون مصحوبة بعقوبات.(بوشيح، 2014).

2-1 توصيف انزياح المشهد الأخلاقي للإعلام:

- تراجع الثقة في مصداقية الإعلام فالأزمة لا تأتي والميديا والصحافة في صحة - جيدة)الحمامي, 2020(p. 12 ,

- الشكية المرتبطة بترويج الكذب مولدة"صحافة الكذب" والداحضة لنزاهة الصحفي.

- الفورية التي تخدم السبق على حساب المصداقية، والتركيز على أخبار الإثارة وعولمة القلق، قلة احترام العقول في ظل أزمة الوعي.

- زيادة توطد العلاقة بمواقع التواصل الاجتماعي كمهرب تواصلي في ظل الحجر الصحي مما أدى إلى ظاهرة استهلاك الميديا MEDIA CONSUMPTION

- عمل الصحافة الورقية في بيئة ملوثة وشيوع فكرة تناقل المرض باللمس

- تشذر الجمهور والمجتمع ولحمته ورباطه الاجتماعي بسبب المعلومة المغلوطة.

-الهجانة الإعلامية بسبب وجود الوسائل التقليدية مع الوسائط الجديدة وتغير التدفق الرأسي الأحادي إلى الأفقي مما أوجد مجتمع الشبكات وفردانية الاستخدام وتراجع المعيارية لصالح قلة المساءلة.

3-1 في فلسفة الأخبار الكاذبة:

إنّ الأخبار الكاذبة تتغذى وتجد مجالا لانتشارها بل وحتى لتصديقها من قبل جزء من الجمهور، في غياب المعلومات والحق للوصول إلى مصادر الخبر، أما لماذا ينشر بعض الصحافيين الأخبار الكاذبة مع علمهم بأنها كاذبة، فهي ظاهرة تحتاج إلى دراسات معمقة، فإضافة إلى التحدي القانوني الذي يصنف هذا الفعل اللاأخلاقي في خانة النشر المحظور أو النشر العمدي للأخبار الخاطئة والمغرضة مع علم فاعلها وناشرها أنها خاطئة ومغرضة أيا كانت وسيلة نشرها" كشبكة الانترنت " وتمس بأمن الدولة والوحدة الوطنية(ملويا، 2012، صفحة 224)، فإننا حاولنا

حصر جزء من هذه المؤشرات التي تبين استفحال هذه الظاهرة في بعدها الميدياتيكي:

1-المؤشر الأول متعلق بنزعة الإثارة التي انتشرت في الممارسة الإعلامية في الجزائر، وهي التي تجعل الصحفية والصحفي تحت ضغط رئاسة التحرير، وهي تنافس أجهزة إعلامية أخرى تمارس الإثارة والتهويل بغية شد انتباه القارئ أو المشاهد.

2-المؤشر الثاني مرتبط بغلق مصادر المعلومات أمام الصحافيين، وهو ما يبرز في الأنواع الصحفية المستخدمة للحديث عن ظاهرة كورونا، فلا روبورتاج ولا تحقيق ولا تقرير إخباري، فما ينشر لا يعدو أن يكون إعادة لبيانات رسمية تحاول نشر ما يمكنها أن تظهر ما تريد وحتى تخفي ما تريد.

3-المؤشر الثالث يجد عناصر التحليل فيه في غياب التكوين الصحفي المتخصص في الجانب العلمي، مما يجعل الصحفيات والصحفيين ينشرون أخبارا كاذبة مضمونها يثير دهشة وضحك المتخصصين في الطب والصيدلة، وهو ما يجعل التفكير في تكوين صحفي متخصص في الصحافة العلمية أمرا مستعجلا.

4-المؤشر الرابع هو أزمة الاتصال المؤسساتي فوزارة الصحة والسلطات العمومية أغلقت مصادر الخبر من أجل تمكين الإعلام الوطني من الوصول إلى مصادر المعلومات، وهو ما أفقد الاتصال المؤسساتي كل مصداقية، كما جعل الصحفيات والصحفيين يبحثون عن الإشاعات مما زاد في إغراق الإعلام في أزمة ثقة مع الجمهور(بن زيدون، 2020)

ولا يخفي الكاتب" Paul Virilio" تخوفه من كون التكنولوجيات الحديثة للاتصال يمكن أن تكون **وسائل حرب** وتساعد على التأليب والتضليل وإقامة الحرب الافتراضية والتشظي القيمي؛ حيث تشبه بحصان طروادة cheval de Troie الذي يحمل مجموعة قيم ضد الإنسانية antihumaniste وتتوسطها الرغبة في موت الإنسان وفنائه، حيث نجحت الانترنت في التطور على حساب القيم والروابط الاجتماعية التي أصبحت تشهد تأزما وتدهورا كبيرا وصلت به إلى

إزالة استقرار الهوية الإنسانية، ويضيف Wolton أن الانترنت أسهمت في اختلاق أمور سلبية منها" التعدي على الحياة الخاصة وحقوق المؤلف، سرية المعلومات، حقوق الإنسان، خطر الجنوح المعلوماتي مراقبة المعلومات، والتجسس المعلوماتي"(بعزيز، 2015، الصفحات 96-97).

كما برزت أشكال جديدة من ممارسات التعتيم الإعلامي والتلاعب والتضليل والتوجيه والتهويل وتواطؤ المصادر الوبائية في كثير من الدول، بالتهم المتبادلة بين الحكومات ومنظمة الصحة العالمية والدوائر السياسية بما يتعلق بإخفاء طبيعة الفايروس وتطوراته وحقائقه المخبرية والسريرية والبحثية أمصاله لقاحاته وأدويته (قسايسية، 2020، صفحة 20)، حيث تحولت الميديا الكلاسيكية والجديدة زمن الوباء إلى وسيلة سلطة لتملكها المعلومة، وهنا فقدت السلطات العمومية التقليدية في البلدان غير الديمقراطية الكثير من سلطانها وهيمنتها على الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تستوجبها أجندتها الداخلية والإقليمية والدولية وثقافة التحيز الإخباري، حيث تحول العملاق فايسبوك إلى وسيلة مفضلة لاختلاق القصص الإخبارية الكاذبة مستغلا انتشاريته ما خلق ظاهرة الذباب الإلكتروني وتفعيل برمجيات social bots التي توهم المستخدم أنه مع أقلية قليلة على ضلال مبين والبقية لا تحيد عن الحقيقة(قسايسية، 2020، الصفحات 16-17)، فالأخبار المرتبطة بالصحة توجه اهتمامنا إلى الحالات المرضية الأكثر إثارة للخوف وإلى العلاجات الجديدة بدلا من الوقاية.

وهنا تحول الإعلام البديل alternative media أو الموازي كما يصطلحه الفرنسي بنجامين فيرون Benjamain Ferron إلى مجال عام للتمتع بالاستقلال الذاتي والتمايز في التعبير عن الآراء والمواقف ومكن لمفهوم الاتصال التعددي المتحرر ممارسات الإعلام المهيمن أو إعلام السلطة، فتحولت منصات الإعلام الاجتماعي لفضاءات للتعبير عن الذات وممارسة الحق في الاتصال والنشر بعيدا عن هذه السيطرة التي كانت تحدد للجمهور ما يشاهده ويسمعه ويقرؤه مما أنهى سطوة الاحتكار المعلومي(بودهان، 2021، صفحة 377)، ولكنه في الجهة المقابلة من الممارسة خلق ظاهرة موازية يمكن تسميتها بالتلوث المعلوماتي.

2 السياقات الدولية والمحلية لأخلاقيات المهنة:

حظي مفهوم الصدق وقول الحقيقة باهتمام العديد من الدول من خلال مواثيقها التي ركزت في معظمها على العلاقة الوطيدة بين الممارسة الإعلامية ومدى صدقيتها ومن جملتها" الميثاق الفرنسي لسنة 1918 الذي منع **الكذب والانتحال والافتراء** (journalistes., 1918-1938-2011)، الميثاق الأمريكي لسنة 1926 والمعدل في سنة 1996 في معرض ديباجته ومحوره الذي حمل عنوانا يحيل لأهمية الصدق seek truth and report it **وتغطية الحقيقة ودقتها** تجنبا لهندسة الكذب وصحافته)الميثاق الأمريكي, 1926-1996(في حين تلزم مدونة الميثاق البريطاني لسنة 1936 الصحافيين ب**ضرورة الاعتذار والتصحيح في حالة الأخبار المشوهة خدمة للإعلام المحافظ في تعديلها لسنة 1998** -1936 ,(NUJ)) (1988، بينما يركز ميثاق الشرف لموظفي الصحافة والإعلام لهيئة الأمم المتحدة لسنة 1952 على **"عدم تشويه الحقيقة" وسرعة تصويب المعلومة في حال ثبوت زيفها**، **أما** الفيدرالية الدولية للصحافيين FIJ فأقرت ولأول مرة سنة 1954"**حق الجمهور في الحقيقة**" وعالجت مشكلات الأخلاق المهنية في نصها الدولي ببوردو بالتركيز على معيارية الأداء المهني في مادتها الأولى" **باحترام الحقيقة مهما كانت تبعاتها**".(F.I.J)

في حين أتى ميثاق ميونخ لسنة 1971 ليؤكد على أهمية ما سبق من مواثيق، محيلا إلى **أهمية نشر المعلومات المتحقق منها فقط**-24 ,(journalistes) (26 NOV 1971، أما ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين الصادر في 2000 فقد أكد في المادة الأولى من بيان الواجبات **على احترام الصحافي للحقيقة مهما كانت تبعاتها من أجل حق الجمهور في المعرفة**(بن زيدون، التنظيم المهني للصحافيين الجزائريين دراسة ميدانية على عينة من الصحافيين الجزائريين، 2000)، **كما ألزم الصحفي الفصل بين الخبر والتعليق في بنده الثالث وفي البند الخامس نوه إلى نشر المعلومات المتحقق منها فقط والامتناع عن تحريف المعلومات والسعي في سرد الوقائع ضمن سياقها، وفي البند السادس منه يقر بالامتناع عن نشر الإشاعات، وحتى على مستوى القوانين الداخلية للصحف، ومنها يومية الخبر التي تضع من خلال ميثاق شرف**

صحفييها في معرض بندها الأول تحت عنوان:" البحث عن الحقيقة ونقلها للقراء" **والذي يلزم الصحافيين بإمداد القراء بكل المعلومات والتفاني في البحث عن الحقيقة ونقلها إليهم إلى جانب الدفاع عن الديمقراطية وحقوق الإنسان،** أما بندها الثاني المعنون بـ :" الدقة والموضوعية والمسؤولية في نقل الوقائع" **فيؤكد على حرص الصحافيين على نقل الوقائع كما هي بعيدا عن محاولات التأثير على القارئ والفصل بين الخبر والتعليق وذكر المصادر**(الخبر، 03 جانفي 2005). ولا يرمي هذا التعداد إلى فكرة السرد التاريخي بقدر إبراز **أهمية الصدق ودحض الكذب ممارسة وانتشارا، وهو** التحيين الذي وصلت إليه المواثيق الدولية والمحلية في معاقبة نشر الأكاذيب في زمن كورونا من خلال قانون العقوبات.

2 الأخبار الكاذبة من منظور التشريع الجزائري وأخلاقيات المهنة:

عرفت الجزائر على غرار دول أخرى سردية تاريخية قانونية تكيّف موادها على ضوء النسق القانوني الدولي ومتغيرات خصوصيتها الهوياتية سنحاول ذكرها كما يلي:

أولا - في عهد الحزب الواحد (الأمر رقم 68-525) الصادر في 9 سبتمبر 1968 وهو أول نص يضبط الوضعية المهنية الصحفية ويقنن العلاقة بين الصحافي والمؤسسة الإعلامية، أوردت المادة الخامسة من النص ستة التزامات للصحافي المهني وهي ممارسة المهنة ضمن نشاط نضالي والامتناع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها.

وتحدد المادة 42 من قانون الإعلام 1982 ما يجب أن يقوم به الصحافي في سياق أخلاقيات المهنة فيما يلي:

-أن يمارس مهنته ضمن منظور عمل نضالي في خدمة الاختيارات التي تتضمنها النصوص الأساسية للبلاد وأن يحترس من نشر أخبار خاطئة كما تنص المادة 43 على احترام مبادئ الأخلاق المهنية والمسؤولية الاجتماعية.

ثانيا - في عهد التعددية الحزبية والإعلامية:

تلزم المادة 40 من قانون الإعلام 1990، الصحافي المحترف أن يحترم بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة من خلال الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل

وموضوعي، الامتناع عن الافتراء، التحلي بالنزاهة والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.

-كما حدد مرسوم 10 ماي 2008، المنظم والمحدد لعلاقات العمل، هو الآخر التزامات الصحفي المتمثلة في قول الحقيقة مهما كانت تبعاتها والتحلي بالصدق والموضوعية.

- في حين خصص القانون العضوي 2012، الفصل الثاني من الباب السادس للالتزام بآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسة النشاط الصحفي وفق المادة 92 والمتمثلة في" التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي ونقل الأخبار بنزاهة وموضوعية".

- أما القانون المتعلق بالنشاط السمعي بصري الصادر في 2014، فنص على التزام الحياد والموضوعية والامتناع عن خدمة أغراض سواء كانت سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مادية أو دينية أو إيديولوجية، كما نص على الامتثال للقواعد المهنية عند ممارسة النشاط السمعي المرئي وذكر أيضا التزامات تخص دفتر الشروط.

تعديل قانون العقوبات 22 أفريل 2020:

مؤخرا، في 22 أفريل 2020 صادق النواب على مشروع قانون يجرم نشر أخبار كاذبة بهدف المساس بالنظام والأمن العموميين، يأتي هذا النص في الظروف الاستثنائية التي تعيشها البلاد بسبب انتشار وباء كورونا. وفي هذا السياق يرى البروفيسور **بوجمعة رضوان** أن مشكل الأخبار الكاذبة ليس ملفا إداريا وليس قانونيا، بل هو موضوع مهني بامتياز يرتبط بالممارسة الإعلامية وبأخلاقيات المهنة وبقواعد مهنة الصحافة، فتعديل قانون العقوبات لمواجهة هذه الظاهرة لن يحل المشكل، بل الحل يكمن في تغيير المنظومة الإعلامية القائمة على الريع والغلق والدعاية والإثارة(بن زيدون، حول فلسفة الأخبار الكاذبة "، 2020).

انتهاك الأمن الصحفي في ظل جائحة كورونا:

تبرز أهمية البعد الإعلامي من خلال الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة أثناء الأزمة، ممتدا لما بعدها بهدف احتواء آثارها(مكاوي، 2009، صفحة 47)، وهو ما يدخل في صميم مواجهة الأزمة كتحد مرتبط بكفاءة الاتصال في المنظمات حيث تنطوي الأزمة على معلومات مفزعة، وتضارب في التصريحات، وعدم دقة في البيانات وقلة الوقت اللازم للتأكد وتحديد المسؤوليات(مكاوي، 2009، صفحة 57)، حيث تؤدي قلة المعلومات الناتجة عن الفزع والخوف إلى تشتت الصحفيين في تحري الدقة مما ينتهك الاحترافية والمصداقية، القيمتان اللتان باتت تهددهما مواقع الميديا الجديدة بوصفها تعتمد على المستخدم والجمهور وعلى حجب المصدر ومجهوليته، إضافة إلى اقتحام المستخدم عوالم إنتاج المحتوى وتداوله، في شكل إغراق للبيئة الافتراضية بالمحتوى دون معرفة زيفه من حقيقته، وهو المنعرج الإيتيقي الذي وقع فيه الصحفي المهني لهاثا خلف السبق الصحفي. وقياسا على الجائحة كمحور اهتمام لورقتنا البحثية، تمظهرت سلوكيات استخداماتية مرتبطة بخصوصية التقانة(قسايسية، 2020) ومنها السلوكيات التالية:

- نشر معلومات غامضة وغير كافية، وسطحية المعالجة الإعلامية المتعلقة بالوباء، وتداول الإشاعات حول الفايروس، أصله ومخابره وفياته ومصابيه...

وهنا تناول صادق الحمامي فكرة محدودية الخطاب التفكيري في السياقات المهنية العربية من خلال استخدام لغة التوصيف" الفيروس القاتل" الذي يزيد في الرعب والهلع.

- عرض القنوات التلفزيونية الجزائرية- قناة الشروق- لوصفات علاجية تتسم بطابع التدجيل والشعوذة على غرار- حادثة الشمة- أو التبغ ورواجها مغاربيا.

-تحول تويتر وفايسبوك إلى فضاءات معلوماتية في زمن الوباء نظرا لشساعة مجتمعاته الافتراضية، وإثارة الخوف العاطفي والذعر الأخلاقي moral panic.

- **أصبح** المستهلكون منتجين، والمنتجون مستهلكين مما أعاد مفهمة ترويج الدعاية المتعقلة بالأحداث(دينيس، 2010، صفحة 478).

-وجود تخمة خبرية في فترة كورونا أدخلت الفرد في دوامة الطفرة" طفرة كورونا"(الحمامي، 2020، صفحة 06)، وفبركة الواقع بتلبيس الكذبة بالحقيقة

التي تحكمها مصالح وآليات لا تلتزم بمقومات العمل النزيه والموضوعي والمسؤول (قيراط، 2021، صفحة 10).

هنا، أصبحت إدارة الأزمة تحتاج وسائل الإعلام بدورها الوظيفي المتمثل في السيطرة على الشائعات المتسارعة، على اعتبار أن الخطاب الرسمي يردع الشائعة بالدحض، خاصة وأن المهتمين بحقل الإعلام يقرون بصعوبة تحقق الموضوعية في الممارسة الإعلامية خلال الأزمات ويحاجون بأن المهنة الصحفية تخضع لأنواع مختلفة من القيود، من بينها تأثير الهوية الصحفية على التزامهم بالموضوعية في عملهم(قيراط، 2021، صفحة 71)، في ظل الحاجة للنزاهة وعدم الإضرار بالآخرين أو التقليل من الضرر minimize harm، ويطارح محمد قيراط بتراندستالية الأخلاق بوصفها جوانية متجذرة في الضمير الإنساني لا يمكن تشريعها، فالطبيب يحكمه ضميره والسيء هو من يحتاج ردعا قانونيا حتى لا يتجاوز حدوده حسب الفلسفة الأفلاطونية (قيراط، 2021، صفحة 21).

توصيات الورقة العلمية:

- إعادة **أنسقة المواثيق الدولية** في بيئة العمل الإعلامي عبر الانترنت ومواقع ومنصات التواصل الاجتماعي، من خلال تطوير وتحيين الترسانة القانونية لأخلاقيات المهنة بمدونة أخلاقية تحد من انتشار الشائعات.
- تفعيل **صحافة الخبراء Expert Press** من خلال مختصين في علم الأزمات والاتصال الاستراتيجي بتخصيص مرشد للتعامل الصحافي مع المعلومة وقت الأزمات من خلال تكوينه وتحسين أدائه.
- تعزيز الثقافة الصحية والوعي الصحي المجتمعي من خلال الإعلام الصحي والاتصال الصحي على حد سواء يتناول التهديدات الصحية استباقا ووقاية.
- التربية الإعلامية والتقنية لوقف عبثية التلاعب بالعقول.
- **أخلقة الإعلام** بالتعامل الأمثل مع الشبكات في إعلامها الإلكتروني بأنواعه من صحافة الواب 2.0 والمدونات، وصحافة المواطن بتفعيل أخلاقيات الشبكة ETHIQNET بوصفها التزاما أخلاقيا ذاتيا أو تقنيا تشاركيا بين المدونين يمكن تحيينه متى استدعت الضرورة.

-النقد الإعلامي **MEDIA CRITIQUE**: لحماية الجمهور من تداعيات التصنيع الإعلامي للحفاظ على هويته الذاتية والثقافية، حتى تحدث الميديا منافعها التربوية، فالكذب والإشاعة والتهويل ونشر الذعر كلها تتناقض جملة وتفصيلا مع أخلاقيات الممارسة الإعلامية" (بن زيدون، سبل مواجهة الاخبار الكاذبة، 2020) العمل على كسب وإعادة بناء الثقة بين الجمهور ومصدره المعلوماتي والخبري من خلال الدقة والاحترافية والمصداقية والبحث في المصادر الرسمية وعدم الانسياق وراء السبق الصحفي.

- التكوين الدوري للصحافيين وتفعيل دور الوسيط الصحفي لدراسة شكاوى الجمهور، وإنشاء مراكز أكاديمية للتحقق من الأخبار المزيفة والمفبركة.

- **عقلنة الإعلام** وتخليصه من الأهواء والإيديولوجيات من خلال المنهج الشكي والتحفظ والتريث من خلال ما طرحه البروفيسور **صادق الحمامي** بما يسمى بالصحافة المتأنية **SLOW JOURNALISM**

-**أنسنة الإعلام** من خلال ما طرحه البروفيسور **عزي عبد الرحمن** بقيمة الضمير الإنساني والعقل الأخلاقي المستنير والتخلي عن الهويات الضيقة لصالح الانتماء الإنساني بوصفه أعلى من أي انتماء آخر وضرورة حتمية لمعالجة الأزمة من أصلها.

خاتمة:

يقول غوبلز" اكذب حتى يصدقك الناس" ويقول أيضا" أعطني إعلاما بلا ضمير أعطيك شعبا بلا وعي".

إنّ الإجابة على هذا الإشكال الوجودي للمهنة، تستدعي فهم الإعلام والاتصال من بعده الاحترافي وكذا علم النفس وصولا إلى الأمن والدفاع الموسع، إذ يبحث العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة وفضاء لتداول هذا النوع من المعطيات المضللة، وبين الأخبار الكاذبة نفسها كغاية ووسيلة في نفس الوقت لتحقيق أهداف معينة تخدم المضلل أو المضلل فيه وعنه، وبين السبب الذي يجعل منها متداولة بين شريحة من المشبكين، يصل إلى محاربة المؤسسات الرسمية والقانونية لها لبترها وانتشارها. فالكذبة يمكن أن تقتل بالخطأ، لكن يمكن إيقاف زحف هذه الظاهرة بتكذيبات المؤسسات والأشخاص المتضررة عبر

الإعلام التقليدي وهنا تبرز أهمية أخلاقيات المهنة بوصفها قيمة وجودية، عملت فترة الوباء على إعادة مساءلتها في بيئة تتسم بالتعقيد.

نفسيا يقول كارل غوستاف يونغ عنها إنها ظاهرة موسومة بالسيودولوجيا فانتاستيكا أي لذة تصديق الكذبة وترويجها وتسريعها، فيشعر الكاذب بلذة الشهرة اللحظية والعارضة وهو مرض نفسي تقاني تحدثت عنه النفسانية الفيلسوفة إلزا غودار E.Godar في كتابها "**أنا أوسلفي إذا أنا موجود**" كمرض لتحقيق الذات والاعتراف بها في هذه الأفضية، وشراء نجومية عابرة والترويج للاسم حتى ولو بأخبار تافهة لصناعة الاستقطاب والعصبية الرقمية. وهنا نجد جيل ليبوفتسكي G.Lipovetsky يتحدث عن عصر الفراغ الذي يجعل الإنسان يلجأ للذة المتعة، وفي نظره الكذبة متعة لهذا نجد أن هذه الأخبار تقف بين تسميات عديدة منها الأخبار الكاذبة/المغلوطة/المزيفة/ الخاطئة/ الزائفة والمضللة/ الملفقة والوهمية في حين أنها تختلف حسب الهدف والغاية، خاصة وأن محتوى الإعلام الآن أصبح تحت رحمة" **المواطن الصحفي/ الصحفي الهاوي" وصحافة الموبايل، باسم الإعلام البديل والميديا الجديدة**(ضربان، 2020، صفحة 110).

المراجع:

1-Pandemic Covid-19 shoks the world2020New York and Londonon books

2- كاترين هالبيرن وأخرون ترجمة ابراهيم صحراوي. (2015). تأليف الهوي(ات)ة .. الفرد، الجماعة، المجتمع (صفحة 87). الجزائر: دار التنوير.

3-A doctor answers you questions2020hows my healthhobc

BBC من الاسترداد تم .(2020 ,12 18) . BBC:https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-51854975،

4-Charte d'éthique professionnelle des journalistes .(2011-1938-1918) . Le Syndicat national des journalistes .clinical synopsis of Covid-19 evolving and challenging2020Singapurespringer nature

5-Coronavirus closings the hoppenings Covid-19 Déclaration des devoirs et des droits des journalistes 26-24) .(NOV 1971 .(Munich.

6-International pulmonologists consensus on Covid-19, Kochi, Kerala,IndiaAssociate Prof. & Interventional Pulmonologist Amrita Institute of Medical Sciences

7-National Union of Journalists (NUJ .(1988-1936) .(Code of Professional Conduct .

8- إبراهيم بعزيز. (2015). التضليل الإعلامي ، كيف يقوم الإعلام بتسطيح ثقافة الجماهير وتغييب الوعي. الجزائر: دار الكتاب الحديث.

9- أبو جرة سلطاني. (2010). النضالية مشروع مواجهة حملات وحروب الإشاعة. الجزائر: دار الخلدونية.

10- الحاج حسن. (2020). التحولات القيمية في ظل تحدي كورونا. مجلة الاستغراب .

11- الصراع من أجل البقاء الطبيب في عصر المعلوماتية2000دمشقدار الرضا للنشر

12- اللجنة الوطنية الصينية للصحة ومكتب الإدارة الوطنية للطب الصيني. (2020). الدليل الشامل لفيروس كورونا المستجد (معارف عامة، الأعراض، التشخيص، طرق الوقاية، الرعاية النفسية، الشائعات) (المجلد دط). (إيمان سعيد و رنا عبده، المترجمون) القاهرة: بيت الحكمة للاستثمارات الثقافية.

13- الميثاق الأمريكي. (1926-1996). Society of Professional Journalists- CODE OF ETHICS.

14- إيبورا ماكنزي. (2020). كوفيد-19 الوباء الذي ما كان يجب أن يظهر وكيف نتجب الوباء التالي (المجلد ط1). (زينة إدريس، المترجمون) بيروت، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون.

15- بن زيدون جميلة. (2000). التنظيم المهني للصحافيين الجزائريين دراسة ميدانية على عينة من الصحافيين الجزائريين. قسم الإعلام ، كلية الآداب واللغات . جامعة الجزائر.

16- بوشيح حسينة. (أفريل, 2014). بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة ، دراسة حالة. مجلة رؤى استراتيجية (السادس).

17- تاريخ الطب من فن المداواة إلى علم التشخيص2002الكويتالمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب

18- جميلة بن زيدون ابراهيمي. (15 12, 2020). حول فلسفة الأخبار الكاذبة ". (رضوان بوجمعة، المحاور) الجزائر، جامعة الجزائر 03.

19- جميلة بن زيدون ابراهيمي. (02 12, 2020). سبل مواجهة الاخبار الكاذبة . (محمد قيراط، المحاور) قطر.

20- حسن عماد مكاوي. (2009). الإعلام ومعالجة الأزمات (الإصدار 2). مصر: الدار المصرية اللبنانية.

21- حسين الشيخ آث ملويا. (2012). رسالة في جنح الصحافة ، دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة. الجزائر: دار هومة.

22- سمية أوشن. (جويلية, 2016). العولمة والأمن الهوياتي. المجلة الجزائرية للأمن والتمنية (التاسع)، صفحة 189.

23- صادق الحمامي. (2020). كيف غيرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا. (مركز دراسات الجزيرة، المحرر) قطر.

24- عبد الله ملوكي. (2021). الأخبار الكاذبة عبر موقع فايسبوك وانعكاساتها السياسية على المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة سطيف. (مكتبة الفلاح، المحرر) أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب ، 372.

25- غوثي عطاله. (2019). دينتولوجيا الواب. تأليف الأنساق الافتراضية الجديدة، مدخل سوسيولوجي (صفحة 59). الجزائر: دار ألفا للوثائق.

26- فانغ هوي. (2020). دليل الوقاية من فيروس كورونا المستجد (المجلد دط). المستقبل الرقمي.

27- قسايسية علي. (2020). كوفيد 19، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة ، تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة. مجلة بحوث العلاقات العامة (29).

28- ماكويل دينيس. (2010). نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري. منتدى أسبار الدولي. مجموعة مؤلفين. (دت). أزمة كورونا وانعكاساتها على علم الاجتماع وعلم السياسة والعلاقات الدولية. مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قطر.

29- مجموعة مؤلفين. (2020). الزمان الوبائي دراسات في الدين والفلسفة والفكر (المجلد دط). أكادير: منشورات تكامل للدراسات والأبحاث مطبعة قرطبة.

30- مجموعة مؤلفين. (2020). جائحة كوفيد-19 وآثارها الاجتماعية والتربوية والنفسية (المجلد ط1). فاس: منشورات مركز تكامل للأبحاث والدراسات مطبعة وورقة بلال.

31- محمد قيراط. (2021). الأقلام المأجورة وشراء الذمم، التوظيف اللاأخلاقي للعلاقات العامة. تأليف أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب (صفحة 18). الكويت: مكتبة الفلاح.

32- محمد ولد عامر، و وآخرون. (2020). معجم مصطلحات كوفيد-19 إنجليزي فرنسي عربي (المجلد دط). الرباط، المملكة المغربية: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم مكتب تنسيق التعريب.

33- مريم ضربان. (2020). في مديح التسريع، كورونا لهاث المابعديات. (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المحرر) انزياحات (02)، 110.

34- مظهر أحمد الموصلي. (2020). الكورونا الوقاية والعلاج يالنباتات الطبية (المجلد دط). دب: دار المعتز للنشر والتوزيع.

35- معاوية أنور العليوي. (2020). كورونا القادم من الشرق (المجلد ط1). دب: منارة العلم.

مغامرة الكائن الحي2003بيروتلبناندار الطليعة للطباعة والنشر

36- موشير باسيل عون. (2020). الوعي الكوروني الطارئ. مجلة الاستغراب .

37- موقع المنظمة العالمية للصحة، التعريف بفايروس كروونا. (18 ,12 ,2020). تم الاسترداد من منظمة الصحة العالمية : https://www.who.int/csr/disease/coronavirus_infections/case_definition/ar/،

38- ميتشو كاكو. (2001). رؤى مستقبلية كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين (المجلد دط). (سعد الدين خرفان، المترجمون) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

39- ميثاق أخلاقيات المهنة لجريدة الخبر. (26 جوان 2008). وثيقة الالتزامات .

40- يامين بودهان. (2021). ترويج الأخبار الكاذبة ودروه في صناعة التضليل الإعلامي في الجزائر. تأليف أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب (صفحة 377). الكويت: مكتبة الفلاح.

المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في بناء الصورة الذهنية للبروتوكول الصحي في زمن كورونا

ط. د/ محمد بوسماحة

جامعة ورقلة / مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف

Bousmaha.mohchikh@gmail.com

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه وتمارسه وسائل الإعلام في التوعية الصحية والوقائية من وباء كورونا، من خلال بناء وتبسيط الصورة الذهنية للبروتوكول الصحي وفق التدابير المتخذة في سبيل المساعدة والتخفيف ومحاصرة أزمة كورونا، بالإضافة إلى طرح أبعاده الاقتصادية والاجتماعية الوخيمة على الجميع، في ظل المسؤولية الاجتماعية الملقاة على وسائل الإعلام والتزاماتها تجاه المجتمع، فترى أن هذه الأخيرة مسؤولة عن تزويد المجتمع بالمعلومات الصادقة عن سائر الأحداث والقضايا المهمة، وعليه اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسح الوصفي لوصف أهمية دور الإذاعة كوسيلة اتصال مهمة في المجتمع، مستعينا في ذلك بأداة الاستبيان الإلكتروني الموزعة على عينة قصدية من أصدقاء الفايسبوك المتبعين لإذاعة ورقلة الجهوية، وذلك بهدف الوصول إلى معرفة دور الإذاعة في الشرح والتبسيط والتعريف بالبروتوكول الصحي وأهم البرامج المسطرة على الشبكة البرامجية الإذاعية في زمن كورونا.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الصورة الذهنية، البروتوكول الصحي، المسؤولية الاجتماعية.

مقدمة:

إن الحرب البيولوجية المستخدمة اليوم من طرف منظمات عالمية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وصحية وسياسية، صدمت البشرية في سابقة لم تشهدها الإنسانية بهذه الحدة، مستخدمةً في ذلك سلاحا بيولوجيا ونفسيّا أربك المجتمعات والحكومات؛ حيث باتت هذه الأخيرة من أخطر الأدوات المهددة لكيان الأمم والمجتمعات، ولعل ما نعيشه اليوم في الجزائر من خطر وباء كورونا أو covid19، وما انجر عنه من مأساة حقيقية واضطرابات نفسية وقلق اجتماعي كبير، زاد في تعميق معاناة الأفراد، بالإضافة إلى عدم استيعاب الفرد للبروتوكول الصحي المتجسد في الإجراءات والتدابير الحكومية المتخذة في ذلك، مما تسبب في خلل وظيفي مَسّ بالوعي الصحي لدى الفرد وانعكس مباشرة على عدة مجالات بما فيها العلاقات الاجتماعية كنسيج للنسق الاجتماعي ككل.

إن الدور الفعال الذي تلعبه السلطة الرابعة في المجتمع له أهمية بالغة، حيث تناط لها كل المهام المصيرية في توجيه وتوعية الفرد في ما يهدد صحته وأمنه، لأن قدرة وقوة وسائل الإعلام تعد من بين الروافد التي تدفع بتطور وتنمية المجتمعات في جميع مجالاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث يكوّن الإعلام العامل والقاسم المشترك والقيمة المضافة التي تجعل من النظام السياسي وبرامجه همزة وصل بينه وبين جميع مفردات شعبيه، ويعد جهاز الإذاعة من بين أهم وأكثر وسائل الإعلام الجماهيرية مصداقيةً باعتباره الوسيلة الأقرب والأكثر تأثيرًا وانتشارًا لدى الجماهير، ولعل من بين أهم مميزاتها تخطي حاجز الأمية وحاجزي المكان والزمن، وكما فسره عالم الاتصال مارشال مكلوهان بأن الراديو وسيلة ساخنة، إضافة إلى دورها بتعريف القضايا والتحديات الاقتصادية والكوارث الطبيعية والأزمات الصحية، ووجود أنظمة ولوائح معقدة غير واضحة، على غرار مفهوم البروتوكول الصحي، هذا المفهوم التقني جديد التداول من طرف المسؤولين الذين ينادون بتطبيقه على جميع الأصعدة ويفرضون الالتزام به في جميع الفضاءات، يبقى هذا المفهوم التنفيذي مجهولاً من طرف العديد من المواطنين، وبذلك يتطلب مجهودات اتصالية مميزة تقوم بشرحه وتفسيره وطرح أضراره ومخاطر أبعاده على الفرد وعلى مجتمع ككل، وعليه

يكتسب الإعلام مسؤولياته الاجتماعية والتزاماته تجاه المجتمعات التي يعمل في نسقها.

فقد أصبحت وسائل الإعلام من أدوات التأثير والتثقيف والتوجيه والتعليم والترفيه في أي مجتمع، وخاصة بعد ظهور العديد من المشاكل والأحداث، ولعل من أبرزها تفاقم الوضع الصحي الذي دقت من خلاله الدول والحكومات ناقوس الخطر مما جعل المسألة الصحية تحتل مكانة أساسية وذلك لظهور وانتشار العديد من الأمراض والمشاكل والأزمات الصحية والتي من شأنها المساس بحياة الفرد لكونه البنية والوحدة الأساسية للمجتمع، فإذا اختل الجانب الصحي للفرد توقفت جميع الأنشطة، وتأثرت مختلف المجالات.

ومن خلال المنطلقات السابقة فإن إشكالية بحثنا تتمحور حول التساؤل الرئيسي الآتي: **ما هي المسؤولية الاجتماعية للإذاعة المحلية في بناء الصورة الذهنية للبروتوكولات الصحية زمن وباء كورونا المستجد؟**

2. **الأسئلة الفرعية للدراسة:** وللإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة تم تجزئته إلى أسئلة فرعية كما يلي:

-ماذا نعني بالبروتوكول الصحي؟ وكيف تسهم الإذاعة المحلية في نشره؟

-ما هي المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ومجالات تطبيقها؟

-كيف تسهم الإذاعة في تسيير أزمة كورونا؟ وما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في توعية المجتمع باحترامه البروتوكول الصحي؟

3. **أهمية الدراسة:**

تتأتى أهمية الدراسة من أهمية دور وسائل الإعلام الفعال والديناميكي في استمالة المشاهدين والقراء وإقناع الجمهور المستهدف بمحتوى الرسالة الموجهة إليهم، ومدى خطورة الأمر في عدم الالتزام بتطبيق البروتوكول الصحي بحذر، وبذلك تأتى أهمية البرامج الإذاعية في بناء تلك الصورة الذهنية التي ترسمها لمفهوم البروتوكول الصحي، وكيفية ترسيخها في ذهن الجمهور من خلال التدابير والإجراءات الاحترازية في ذلك.

4. أهداف الدراسة: نهدف من خلال دراستنا هذه إلى:

- محاولة إبراز ماهية البروتوكول الصحي وأهدافه؛
- السعي إلى معرفة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ومجالات تطبيقها، وإبراز مكانة الإذاعة المحلية في نشر التوعية والوقاية الصحية من الوباء كوفيد19.
- الوقوف على مدى مساهمة الإذاعة كنسق اجتماعي في تسيير أزمة وباء كورونا.

5. منهج الدراسة:

يعتبر المنهج المسح الوصفي الأكثر ملاءمة لطبيعة الموضوع، حيث يقوم هذا المنهج على جمع البيانات من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها(حامد، 2000، صفحة 17)، لذا ساعدنا هذا المنهج على وصف دور الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية مهمة في المجتمع ، كما اعتمدنا على أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات الموزعة على (44) مفردة بطريقة قصدية، وهذا لمعرفة أهم البرامج الإعلامية المسطرة على الشبكة البرمجية للإذاعية الجهوية، ومساهمتها على شرح وتفسير البروتوكول الصحي.

6. مفاهيم الدراسة:

1.6 – وسائل الإعلام:

يرتبط الإعلام بالمعنى المتداول اليوم عن وسائل الاتصال الجماهيرية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، وما تقدمه من معلومات للجماهير، وفي هذا الصدد يعرف الإعلام فرنار تيرو على أنه: نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو صور بصفة عامة أو بواسطة جميع الوسائط التي يفهمها الجمهور (يصرف، 2007).

2.6- الصورة الذهنية:

تعرف" بأنها مجموعة المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة التي تتشكل في ذهن الجمهور وترسم انطباعاً معيناً من خلال عدة وسائل اتصالية تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد تجاه مجتمع أو شركة أو مؤسسة ما، وترتبط هذه المعارف المتراكمة بعواطف الأفراد واتجاهات وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية (الشيخ، 2009).

التعريف الإجرائي: على أن الصورة الذهنية ذلك الكل المركب من الأفكار والمعارف والخبرات المتراكمة التي تشكل خلفية ونسقا معرفيا في ذهن الجمهور، أي مجموعة الصفات التي نكوّنها أو نتخيلها ونسقطها على الأشياء، وبهذا ترسم لنا وسائل الإعلام انطباعا معرفيّا من خلال ما تزودنا به من معلومات، كما تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم تجاه القضايا.

3.6- البروتوكول:

تعود قواعد البروتوكول إلى آلاف السّنين وتختلف من مجتمع إلى آخر، وقد اشُتقّت كلمة بروتوكول من اللّفظة الإغريقية بروتوكولان، والتي تشير إلى معنى الغراء، نسبةً لعمليّة لصق ورقة تُثّبت في الوجه الأمامي للوثائق المختومة، إلّا أنّ هذا الاصطلاح تشعّب وازداد بعداً ليشمل تفاصيل في العلاقات بين الدول، كما تعود مسؤوليّة الجانب البروتوكولي في دولة ما إلى وزارة الخارجيّة أو الدّيوان الملكي، أو دائرة المراسم والتّشريفات في رئاسة الدّولة (الحلايقة، 2017).

تعريف البروتوكول يقصد بكلمة بروتوكول الإيتيكيت في أصول أدبيّات القواعد والتوجيهات الدبلوماسيّة، وتكون في غالبيتها شفوية غير مسجلة وليست مكتوبة، وتُحدد من خلال البروتوكول التّصرفات والسّلوكيات المتبعة والمتعارف عليها في الأصول الدبلوماسيّة والشّؤون الّدولية، وعلى سبيل المثال لا الحصر: مراسم الّترحيب في استقبال أحد رؤساء الدول، أو تنظيم اجتماع يضم رجالات في السّلك الدبلوماسي، بحيث تعطى الأولوية في الكلام أو الجلوس بحسب الترتيب الهجائي لأسمائهم، أو بحسب الأكبر سنّا منهم، أو بحسب الأقدمية (الحلايقة، 2017).

4-6- البروتوكول الصحي:

هو وعي صحي، أي هو إلمام الفرد بمعلومات أساسية عن الصحة الجسمية منها، والنفسية والعقلية والاجتماعية والبيئية، واهتمامه الكافِي بهذه المعلومات، وإرشاد الآخرين لها، لتحقيق الأهداف الإنسانية للسلوكات الصحية (شعباني، 2006، صفحة 40).

التعريف الإجرائي: البروتوكول الصحي يقصد به تلك الإجراءات التطبيقية الصارمة، والتدابير الوقائية الاحترازية الموصى بها من طرف السلطة التنفيذية،

المتمثلة في التباعد وارتداء الكمامات واستعمال المعقم، وخاصة في المؤسسات والأماكن العمومية، وتطبيق هذه الإجراءات على الجميع، سواء مع المرضى أو حتى في مراسيم دفن الضحايا.

5.5- المسؤولية الاجتماعية:

عرف (**Peter Drucker**) المسؤولية الاجتماعية بأنها:" التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة، وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة (بودرجة، 2014، صفحة 26).

6- الدراسات السابقة:

- دراسة عبد العزيز بن سلطان الضويحي**(2004)** بعنوان" التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات"، حيث انحصرت مشكلة الدراسة حول معرفة دور التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات والكوارث، وبذلك يسهم الإعلام في مساعدة الأجهزة الساهرة على الحد من الأزمة وآثاره السلبية من خلال توجيه الجمهور في جميع مراحل الأزمة، باستخدام المنهج العلمي وأدواته، كما اعتمدت هذه الدراسة على استخدام منهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح الاجتماعي، ولجمع البيانات استخدمت الاستبانة كأداة جمع بيانات، هدفت الدراسة للكشف عن دور الإعلامي لإدارة جهاز العلاقات العامة بالدفاع المدني في مواجهة الأزمات، إضافة إلى استنباط خطط إعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث بالدفاع المدني،كما انتهت الدراسة إلى بعض النتائج وهي:

للإعلام دور مهم جداً في التخفيف من حدة الأزمة من خلال تزويد الجمهور بالحقائق للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة حول الأزمة، بالإضافة إلى إعطاء خطط معدة من قبل جهاز العلاقات العامة.

- **دراسة عبد المالك شعباني (2006)** بعنوان" دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي" عالجت هذه الدراسة مشكلة دور إذاعتي سيرتا (F.M) والزيبان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، كما هدفت هذه الدراسة إلى : تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في إبلاغ رسالتها الصحية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة

الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض، وتغيير بعض سلوكاتهم السلبية، ومعرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة، تزويد القراء والمهتمين والساسة والمفكرين والمختصين بمبادرة معرفية تتصل ببيئتهم الطبيعية، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح وأداتي الاستبيان والاستقصاء في جمع البيانات، كما خلصت الباحثة إلى جملة من النتائج نذكر منها نتيجة عامة وهي: أن نسبة الاستجابة والاستفادة من النصائح الطيبة التي تقدمها البرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا (F.M)، كما توصلت الدراسة إلى أن وجود مستوى مرتفع للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المدني، إلا أن التوعية والتثقيف الصحي ناقص في بلادنا، فإن مهمة التثقيف والتوعية موكلة إلى كل الجهات والهيئات المعنية بالأمر، فالصحة للجميع مهمة الجميع.

المبحث الأول: وسائل الإعلام في بناء الصورة الذهنية

تعد وسائل الإعلام أهم القنوات الاتصالية التي تسهم في تشكيل الصور الذهنية في أذهان الناس وتكوينها، وتكتسب هذه الوسائل أهمية كبرى في تكوين المعارف في حياتنا المعاصرة بسبب انتشارها الواسع وقدرتها البالغة على تحريك واستقطاب جميع شرائح المجتمع.

المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية

ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة(IMAGE) والمتصلة بالفعل (IMITARI) "يحاكي، أو" تمثّل " وعلى الرغم أن المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أن معناها الفيزيائي هو "الانعكاس "، و هو المعنى الذي أشار إليه معجم " ويبستر" أي أنّ التصور العقلي شائع بين أفراد جماعة معينة نحو شخص أو شيء معين ،" وصرح به حين ترجمة تلك الكلمة بـــ:الانطباع الذهني (كموش، 2008، صفحة 59).

إلا أن دخول مصطلح الصورة الذهنية في مجالات معرفية عديدة، دفعنا إلى أن نتطرق إلى التعريفين الوجهين في هذا المقام وهما كالآتي:

تعريف الدكتور أديب خضور للصورة الذهنية إذ يحددها في مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة والجديدة الإيجابية منها والسلبية التي

يأخذها شخص أو جماعة أو مجتمع عن آخر، و يستخدمها منطلقا وأساسا لتقويمه لهذا الشخص وتحديد موقفه وسلوكه.

كما عرفها علي عجوة وهو من أكثر التعريفات دقة وإحاطة؛ إذ يقول" إن الصورة الذهنية هي ناتج نهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص ما أو مشروع أو نظام أو شعب أو جنس بعينه أو مؤسسة أو منشأة محلية أو دولية أو مهنية معينة، يمكن أن يكون لها تأثير على الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات على ضوء التجارب المباشرة أو غير المباشرة، كما ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون على ضوئه إلى ما حولهم ويفهمون على أساسه (باقر، 2014).

المطلب الثاني: وظائف الصورة الذهنية

تختلف وتتعدد وظائف الصورة الذهنية من خلال تجسيدها في التحليل الوظيفي، ومن بين أهم الوظائف نذكر ما يلي:

1-وظائف الصورة على مستوى فردي

1-1. الوظائف المعرفية:

- الاقتصاد في الجهد: بمعنى توفير الوقت والجهد اللازمين لفهم وتفسير حدث ما أو شيء ما يعتبره جديدا، فالصورة تساعد الفرد على تفسير وتقليل عدد المنبهات المحيط بالفرد، كما تسهل عملية الإدراك، وتوفر أحكام تقييم جاهزة للفرد.
- تقليل المنبهات المحيطة بالفرد: ويحدث ذلك عند دمج الأشياء الجديدة في الفئات القديمة وإعطائها المعنى ذاته الذي تأخذه الفئات الجديدة.
- إعطاء الفرد معنى موضوعيّا للعالم: إذ توفر الصورة للفرد تصورًا عما يحيط به من عالمه الخارجي من أشياء ومستجدات، وكأنها تبني بذلك النسق المعرفي للفرد (منصور، 2004، صفحة 91).

1-2. الوظائف الاجتماعية:

- تحديد الهوية الاجتماعية للفرد: بمعنى أن الصورة تساعد الفرد على تحديد الهوية الاجتماعية، كما تساعد على إدراكه لذاته وتصنيفه لها.

-تحديد الدور الاجتماعي للفرد: وتشير الصورة هنا إلى الأدوار التي يقوم بها الأفراد داخل العلاقات الاجتماعية، وبهذا تحدد الصورة طريقة تفاعلهم في المجتمع.

- توفير أسس التعامل مع الآخرين: من خلال الصورة التي يجمعها الفرد تجاه الآخرين، ويتم التعامل معهم تنبؤًا بسلوكهم ودوافعهم وطرائق تفكيرهم(باقر، 2014، صفحة 92).

المطلب الثالث: مكونات أبعاد الصورة الذهنية

هناك إجماع بين معظم الباحثين أن على الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات أو أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي:

1- المكون المعرفي: Cognitive component

ويقصد به الجانب المعلوماتي الذي تحمله الصورة، والذي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما، ويتم اكتساب المعلومات بشكل مباشر من وجود الفرد داخل المحيط الموضوع، أو بشكل غير مباشرة من خلال الاتصال الشخصي أو بواسطة وسائل الإعلام، حيث تعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية، حيث يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناءً على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصور الذهنية التي نرسمها، ووفقاً للبعد المعرفي فإن الأخطاء المتكونة في الصورة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد(غريسي، 2015، صفحة 87).

2- المكون الوجداني: Affective component

يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة، في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل منها الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد، وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة (عجوة، 2009).

3- المكون السلوكي: Behavioral component

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكَّلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها لتمكِّننا من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقيّا أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.(غريسي، 2015، صفحة 96).

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام زمن كورونا

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

أكدت النظريات الخاصة أن علاقة الفرد بوسائل الإعلام، وما ينتج عنها يتحكم فيها الفرد إلى حدٍّ كبير من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية والأخلاقية في تحديد دوافع الاستخدام وإدراك المعاني بشكل تكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية ودولية، حيث لا تزال هذه المسؤولية تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية، وفيما يلي نعرض بعض التعريفات وهي:

تعريفات الأكاديميين للمسؤولية الاجتماعية:

تعريف بيتر دراكر 1977 , (PETER DRUKER) : عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها" التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه (يطو، 2018، صفحة 9).

تعريف ستريار:(1979 STRIER) حيث يعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها "استجابة لتوقعات المجتمع من المنظمة والتي يفرض عليها أن تبادر للقيام لتتحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع وبصورة تفوق مستوى خضوعها للقانون، مع مراعاة عدم الإضرار بمصالح المنظمة وتحقيق عائد مناسب على الاستثمارات".

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وما يناطُ لوسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، وعلى وسائل الإعلام تقع مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام، وأن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات، أي تعمل كجهاز رقابي على المحيط الذي تعمل فيه.

المطلب الثاني: علاقة وسائل الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية

تلزم النظرية الإعلاميين بأن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع، ويخدموا النشاط الاقتصادي والاجتماعي، كما تهدف نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى جعل الإعلام والترفيه مُربِحين إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى، ولا تغفل أيضاً وجوب الحظر الإعلامي لأنشطة نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ما له تأثير سلبي في الأقليات في أي مجتمع (غازي، 2020).

فالإعلام ونظمه المتعددة ينظر إليه على أنه الوجه الحضاري للمجتمع ومؤسساته، ويمكن من خلال هذا المنطلق التأكيد على أن الإعلام ووسائله المختلفة، لا يمكن فصله عن حقيقة التطور الاجتماعي والثقافي والسياسي للمجتمع، أي لا يمكنه الانفصال عن الوظيفة الحضارية للمجتمع الحديث، من خلال ما يقدمه الإعلام ووسائله المختلفة من معلومات موضوعية وحقيقية ترتبط ارتباطا وثيقًا بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياه، بهدف توجيه وتكوين رأي عام مستنير ونشط لمواجهة تلك القضايا والتحاور حولها لإيجاد أنسب الحلول الموضوعية، فهو يرتبط بالخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة الحديثة، وفقا للمواقف الوطنية والدولية.

والوظيفة الحضارية لوسائل الإعلام الجماهيري لا يمكنها أن تتحقق في غياب سياسة إعلامية مسؤولة، فالمسؤولية الاجتماعية تسعى إلى تحقيق أهداف تنموية من خلال سعيها لتأكيد نوع من المشاركة والتفاعل حول القضايا، فأهم عنصر في تحقيق هذه المسؤولية هو تكوين رأي عام وطني أو محلي عن طريق تطبيق سياسة إعلامية واضحة تحقق الديمقراطية الإعلامية، أي تعمل على تطبيق مبدأ الحق في الاتصال، أي حق المواطن في المعرفة والاتصال (عبد المجيد، 2013، صفحة 370).

المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية

للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة والمجتمع والدولة على حد السواء، وسنتطرق إلى المسؤولية الاجتماعية لهذه الأنساق ككل، وهي كما يلي:

- **أولا**: بالنسبة للمنظمة: تحسين صورة المنظمة في المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي خصوصاً لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة، إذا ما اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة، ومن شأنها الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة ومختلف الأطراف ذات المصلحة (يطو، 2018، صفحة 11 12)، وبهذا يتشكل عامل الثقة بين وسائل الإعلام كمنظمة والجمهور المتوجهة إليه.

-**ثانيا**: بالنسبة للمجتمع: تتضمن زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالٍ بالانتماء للمجتمع، وكذلك تعزز من الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، بالإضافة إلى ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة (بن مسعود وكنوش، 2012).

– **ثالثا**: بالنسبة للدولة: تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل إدامة مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية، وبذلك يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعًا. (بن مسعود وكنوش، 2012).

المبحث الثاني: الدور الاستراتيجي للإذاعة

المطلب الأول: الإعلام وإدارة الأزمة الصحية

إن التعامل الإعلامي مع الأزمات لا يقتصر على نشر المعلومات وإنتاج الرسائل الإعلامية بمضامين مختلفة، وإنما يناط به تفسير وشرح اللوائح والتعليمات والإجراءات و التدابير(البروتوكول الصحي)، المتخذة من طرف السلطة، من خلال التركيز عليه كنظام إعلامي متكامل تشترك كافة الوسائل الإعلامية المتاحة في تجسيده، كل حسب طاقته وقدرته وإمكانياته المتوفرة ونطاقه

الجغرافي (الدليمي، 2012، صفحة 94)، ومن المعروف أن لوسائل الإعلام ثلاثة مهمات ضرورية يجسدها الصحفيون والإعلاميون في المنابر الإذاعية، خاصة في أوقات الأزمة، وهي أولا نشر الأخبار وأعداد المصابين استنادا إلى مصادر رسمية بعيداً عن الإشاعات والأقاويل، وذلك بنقل الحقائق عن الفيروسات ومصادرها الفعلية، مثل المستشفيات والمصالحة المختصة الموكلة لها متابعة الأزمة، وثانيًا الحديث وتحليل طبيعة فيروس كورونا، وتحليل أخطاره ومصادره وتركيبته من خلال استضافة الأطباء والمتخصصين وإجراء حوارات ومناقشات معهم، (الشرمان، 2020، صفحة 194)، وثالثاً المهمة الأكبر وهي شرح معنى البروتوكول الصحي وكيفية تطبيقه سواء قبل الإصابة وبعد الإصابة، وشرح أبعاده والأضرار التي تلحق بالمجتمع من خلال عدم الالتزام به والاستهزاء بالإجراءات البروتوكولية، مما قد يتسبب في طول المعاناة للمجتمع(صوفي، 2011، صفحة 71).

إن خطورة انتشار الأوبئة والأمراض المعدية على نحو يهدد سلامة الأفراد وحياتهم، يتطلب تضافر جهود وسائل الإعلام، حيث من المستلزم أن يكون من بين الإعلاميين من له ميولات طبية من أجل استخدامه المعالجة الإعلامية الصحية والقيّمة، وبذلك يقدم معالجة إعلامية شاملة وعميقة تستجيب لطبيعة الموضوع الصحي المعقد والمتشابك، مع استخدام أساليب ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي، قادرة على تقديم رؤية بسيط متكاملة للحدث، بالإضافة إلى اعتماد استمالات ذهنية ومنطقية وعقلانية في مخاطبة معظم فئات الجمهور (أبو جلال وطلحة، 2016، صفحة 305).

لا شك أن الإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث أزمة، وهذا ما أكده الباحث، أن الناس ينظرون إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط بهم، فالمادة الإخبارية تستخدم في مراقبة المحيط(مكاوي والسيد، 2002، صفحة 81).

المطلب الثاني: دور الإذاعة في نشر البروتوكول الصحي

تعد الكلمة الصحية الإرشادية من أغلى الكلمات وأكثرها ثقلاً؛ إذ يحتاجها الجميع دون استثناء، وبذلك فقد رأت اليونسكو أن الإذاعات المحلية تُعد أداة أساسية في التوعية والتثقيف الصحي للمجتمع، فهي من بين الوسائل التي يتجه

الاتصال من خلالها إلى مجموعات ضخمة من الأفراد، ومن أجل تفعيل البروتوكول الصحي وترسيخ التدابير المتخذة في سبيل محاصرة والتصدي لانتشار وباء كورونا، وبذلك كان للإذاعة دور في هذا الصدد، معتمدةً على برامجها في الدرجة الأولى، وما تقدمه من معلومات ونماذج واقعية.

- **الإذاعة والبعد الصحي للبروتوكول:**

الصحة مطلب ديني وإنساني واجتماعي، لذا يستوجب على الجميع المحافظة عليها والإسهام في الوقاية والتوعية من كل ما يهدد صحة وبيئة الفرد من مخاطر وتفشي الأوبئة، وبذلك يعتمد المجتمع على وسائل الإعلام في تقديم الإرشادات والتدابير والمعلومات الصحية الصحيحة، من خلال ما تتضمنه الرسالة التثقيفية الصحية من توجيهات وشهادات حية حول خطورة الأمر، كما تستلزم وعلى وجه التحديد ما يتعلق بتطبيق البروتوكول الصحي من مفاهيم كثيرة تتداخل فيها عناصر عديدة يجب على جهاز الإذاعة أن يأخذها بالاعتبار، وأن تحدد المعلومة بالصورة ميسرة ومفهومة ودقيقة، حتى لا تتداخل هذه العناصر بما يفقد هذه المعلومة أهميتها.

ومن هنا يناط بالإذاعة خاصة ووسائل الإعلام عامة الدور المهم عند طرح أية معلومة على الناس، يجب أن تكون المعلومة معتمدةً على حقائق لا يمكن أن تتأثر بمفاهيم خاطئة أخرى، حيث إن الحقيقة العلمية يجب أن تكون عنصراً أساسيّا في خلق تقديم.

وبذلك تتمتع بنفوذٍ قويٍّ وأثرٍ كبيرٍ في تغيير سلوك المجتمع، ولهذا فهي لا تخلو من الخطورةٍ إذا لم يرشد استعمالها، فما على القائمين بالاتصال إلا التحري في تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة، وأن يبينوا للمجتمع ما عليهم أن يفعلوا، وما هي الممارسات الصحيحة التي يمكن أن تسهم في تحسين وضعهم الصحي(باريان، 2003، صفحة 52)، فمن دون الصحة يتعذر تحقيق العديد من تلك الأهداف، فلقد لاحظنا مؤخراً كيف توقف العالم بأسره إثر جائحة فيروس كورونا المستجد، وفي ملخص التقرير التنفيذي الذي اعتبر الهيئة البريطانية للتنمية الدولية DFID أن الإذاعة المحلية واحدة من الوسائل الإستراتيجية الرئيسة في تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية(أبو جلال و طلحة، 2016).

- **الإذاعة والبعد الاقتصادي للبروتوكول الصحي:**

إن جانبًا من التأثيرات السلبية لانتشار الأوبئة والأمراض المعدية على نطاق واسع وخطير، تلك المتمثلة بالآثار الاقتصادية المرتبة عليها، حيث ذكر التقرير رقم (2) للمركز العربي للأبحاث ودراسة السياسيات، أن التداعيات الاقتصادية بسبب فيروس كورونا تتفاقم على المستوى الدولي يوميًا(الشرمان، 2020، صفحة 193)، ومن هنا يتأتى البعد الاقتصادي للبروتوكول الصحي، فكلما التزم الفرد بتدابير الوقاية كان مردوده على الجانب الاقتصادي جيّدا، وذلك من خلال تقليص أمد الأزمة بما يبعث الحياة في جميع المنظمات والمشاريع الاقتصادية، على غرار تنظيم الأسواق والمحلات التجارية التي يكون فيها الإقبال كبيرا، مما يجعل الحركة التجارية تتحرك ولا تتوقف.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الجانب الأكثر أهمية فهو يتضمن الفاتورة الضخمة التي تستنزف الخزينة العمومية لاقتناء ما يغطي صحة المصابين بالفيروس وكذا المعاملين في قطاع الصحة، بالإضافة إلى اقتناء مستلزمات الوقاية من كمامات ومعقمات وأدوية وتجهيزات تكلف الكثير من الخزينة العمومية، كلما طال أمد الأزمة والذي ربما يتحول إلى كارثة حقيقية، وعليه تتطرق الإذاعة في شرح وتفسير وإعطاء الأرقام الحقيقية التي تُسخرها الدولة سواء للمريض أو حتى للعاملين في القطاع الصحي أو ما أطلق عليهم بالجيش الأبيض، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتهم وتقدم لساكنها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم وأخذهم الاحترازات اللازمة في ذلك، بما يعود على الفرد والمجتمع في تحسين ظروفه الاقتصادية، والتعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية بوجود أنظمة ولوائح معقدة غير واضحة ينبغي شرحها وتفسيرها للفرد **(بداني، 2016، صفحة 56)**.

- **الإذاعة والبعد الاجتماعي للبروتوكول:**

يركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية على هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري، خاصة أنّ هذا الدور ينصب على كيفية توجه

الجماهير في خدمة الرخاء الإنساني، وتتضح المعادلة التي دعت إلى تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية.

وعليه، يعمل الإعلام وخاصة الإذاعة على تقريب وجهات النظر قصد إحلال نوع من التضامن والتوافق بين مفردات المجتمع، لما يحقق لهم حاجاتهم المختلفة (صوفي، 2011، صفحة 40)، وهذا ما تجسد في مختلف وسائل الإعلام فحرك ودفع بسلوك الأفراد والجمعيات الخيرية إلى مبادرات ذات بعد أخلاقي في ممارسة التكافل والتعاون بين الولايات وتزويد كل المناطق التي تعاني من تطبيق الحجر الكلي عليها بالمؤونة والمواد الغذائية ومختلف المستلزمات الضرورية، بالإضافة إلى غيرها من المبادرات التي تُعبِّر عن رفع روح التكافل والتعاون بين أفراد المجتمع، من خلال عمل ومساهمة الكثير من جمعيات المجتمع المداني ذات الطابع الاجتماعي في صناعة الكمامات والمآزر والملصقات التوعية.

المطلب الثالث: الإعلام بين الأزمة الصحية والمعلومات الخاطئة

لا يخفى على الكثير أن الشائعات والأخبار المزيفة استهدفت الجميع حتى إن وسائل الإعلام كانت ضحية للمعلومات طبية خاطئة ومتضاربة، والتي في كثير من الأحيان يصرح بها أطباء ومختصون، فوقعت وسائل الإعلام في حرج مع جماهيرها، وفي السياق ذاته قامت منظمة الصحة العالمية بتقديم النصائح والإجابة عن الكثير من التساؤلات المتعلقة بطرائق الوقاية من الفيروس، وأسهمت عبر تقاريرها في تصحيح الكثير من المفاهيم المغلوطة (الشرمان، 2020).

عندما نتحدث اليوم عن الإعلام، فإننا نقصد الإعلام بمفهومه الحديث أي الإعلام التنموي باعتباره شريكا أساسيّا في تحقيق التنمية، من خلال مشاركته في الخطط التنموية وذلك بما تمثله وسائل الإعلام من ثقل وبما تقدمه من مبادرات إعلامية وحوارات شعبية، ونقل اهتمامات ومشاكل المجتمع إلى صانعي القرار وواضعي خطط التنمية، مما يسهم في حلها على أسس علمية(مهني، 2016، صفحة 17).

إن الإعلام في إدارة تسيير الأزمات يعد محطة لا غنى عنها وربما يعد السبيل الوحيد للتخفيف والمرافقة الخطط الحكومية، وخاصة في ما تعلق اليوم بالجائحة العالمية، فإن الإعلام اتخذ اتجاهات مغايرة، بخلاف المعتاد خلال

الأزمات، حيث كان محل نقد للأجهزة الحكومية الرسمية، ولكن تبين وجود ما يشبه الوحدة بين الخطاب الحكومي الرسمي وخطاب وسائل الإعلام في تسيير وإدارة الأزمة، فكان دور وسائل الإعلام هو إيضاح وتفسير خطط الحكومة، وشرح ما يتداول من مفاهيم على غرار البروتوكول الصحي، من خلال برامج مختلفة، الأمر الذي أسهم إلى حدٍّ كبير في توعية المجتمعات بأخطار هذا الوباء، وامتص قليلا من القلق والاضطراب الاجتماعي(الشرمان، 2020، صفحة 196). وعليه يناط بها تفعيل المهام والأدوار المختلفة والمتعددة لوسائل الإعلام، من خلالها تتحول هذه الوسائل إلى فاعل اجتماعي وسياسي اقتصادي(الضويحي، 2004).

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي

المعلومات العامة: (التوزيع التكراري، النسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية)

1- الجنس:

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية %
أنثى	09	%20,45
ذكر	35	%79,54
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

يظهر الجدول رقم (01) أن أفراد العينة يتوزعون بطريقة غير المتساوي بزيادة ذات فرق كبير بين الذكور على الإناث؛ حيث إن عدد الذكور بلغ نسبة (%79,54) بينما عدد الإناث بلغ نسبة(%20,45) وهذا راجع إلى اختيار مفردات العينة بطريقة قصدية، بالإضافة إلى أن الأصدقاء في الفايسبوك أغلبهم ذكور، حيث تم توزيع الاستبيان الإلكتروني على أصدقاء الفايسبوك المتابعين لإذاعة ورقلة الجهوية.

– المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية %
أقل من ثانوي	08	%18,1
ثانوي	15	%34,09
جامعي	21	%47,7
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

يظهر الجدول رقم (2) أن ما نسبته(47,7%) لهم مستوى جامعي، مما يدل على أن المجتمع وخاصة النخبة منه من متابعي البرامج الصحية وخاصة زمن وباء كورونا، بينما 15 فردا بنسبة (34,09%) لهم مستوى ثانوي، ثم تليها (08) أفراد لهم مستوى أقل من الثانوي أي بنسبة (18,1%)، وهذا ما يفسر الاختلاف في الفروقات الاجتماعية ومدى اهتمامها بالبرامج الإذاعية.

المحور الثاني: إسهام الإذاعة في نشر البروتوكول الصحي

- نمط متابعة إذاعة ورقلة المحلية:

أنماط المتابعة	التكرارات	النسبة المئوية %
دائماً	29	%65,90
أحياناً	11	%25
نادراً	4	%9,01
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (03): يبين أنماط متابعة إذاعة ورقلة المحلية

يتبين من الجدول رقم (3) أن ما نسبته 65,90% من أفراد العينة لهم درجة كبيرة من الاهتمام بما تقدمه الإذاعة من برامج تخص انشغالات وقضايا المجتمع المحلي وقضايا الساعة، (25%) بنسبة متوسطة على العموم من الاهتمام، وأن (9,01%) نسبة ضعيفة من أفراد العينة لا يعيرون لها اهتماما كبيراً، وهذا ما يعكس مدى اهتمام وتأثير مجتمع الدراسة على العموم بالبرامج الإذاعية وخاصة زمن وباء كورونا.

- **الشبكة البرامجية المتابعة من طرف أفراد العينة:**

الشبكة البرامجية	التكرارات	النسبة المئوية %
الملف الأسبوعي	10	%22,7
ملفات صحية	14	%31,8
المؤشر الاقتصادي	9	%20,4
الأسبوع الرياضي	**6**	%13,6
من واقع الحياة	**5**	%11,3
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (04): يبين الشبكة البرامجية المتابعة من طرف أفراد العينة

يتبين من الجدول رقم (04) أن ما نسبته(31,8%) من أفراد العينة لهم متابعة خاصة للملفات الصحية، وهذا ما يفسر أن المعلومة الصحية لها وقعها ويحتاجها الجميع وخاصة إذا كانت من عند المختصين، وجاءت نسبة (22,7%) وكذا نسبة (20,4%) متقاربة، ويعكس هذا المؤشر إلى أن حصة ملف الأسبوع المخصصة دائما إلى معالجة القضايا من الواقع الحياتي للفرد،أما المؤشر الاقتصادي له تأثير واهتمام حسب التوجهات الاقتصادية المرتقبة، وعليه كان لمؤشر الأسبوع الرياضي وبرنامج من واقع الحياة، درجة أقل من سابقيهم، وهذا ما يفسر أن الجائحة أثرت على المجال الرياضي بشكل كبير.

- **اهتمام إذاعة ورقلة المحلية بتطلعات المواطن:**

تطلعات المواطن	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	27	%61,3
لا	17	%38,63
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (05): يوضح اهتمام إذاعة ورقلة المحلية بتطلعات المواطن

يتبين من الجدول رقم (5) أن ما نسبته (61,3%) نسبة مقبولة، حيث تعكس أن ما تقدمه الإذاعة من مجهودات في سبيل ما يتطلع له المجتمع المحلي ويرغب في معالجته على مستوى الإذاعة يعد من اهتماماتها وأولوياتها، في حين جاءت نسبة (38,63%) بنسبة متواضعة وهذا ما يفسر أن أفراد العينة لهم نظرة أخرى وغير راضين بما تقدمه الإذاعة المحلية.

- **دراية الفرد بمفهوم البروتوكول الصحي:**

دراية بمفهوم البروتوكول الصحي	**التكرارات**	**النسبة المئوية %**
لا	41	%93,1
نعم	3	%6,8
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (06): يوضح دراية الفرد بمفهوم البروتوكول الصحي

يتبين من الجدول رقم (06) أن نسبة (93,1%) تعتبر نسبة مرتفعة، حيث يوضح هذا المؤشر أن أفراد العينة لا يفقهون ولا يعرفون مفهوم البروتوكول

الصحي كمفهوم مجرد، وهو ما يستوجب على القائمين في تقديم البرامج الإذاعية مراعاته و بذل مجهودات في شرح و تفسير إجراءات البروتوكول الصحي على مستوى المجتمع المحلي، أما (6,8%)، فهي نسبة متواضعة وهذا ما يعكس أن أفراد العينة لهم دراية بمعنى البروتوكول الصحي كمفهوم غير مباشر، وإنما يقومون ببعض الإجراءات التي تصب في موضوع البروتوكول.

- طرح الإذاعة لموضوع البروتوكول الصحي بصفة تحليلية ومهنية:

////////////////////////////	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	33	%75
لا	11	%25
المجموع	**44**	**%100**

الجدول (07): طرح الإذاعة لموضوع البروتوكول الصحي بصفة تحليلية ومهنية

يتبين من الجدول رقم (07): أن ما نسبته (75%) تعد نسبة مرتفعة، حيث تبرهن على أن ما تقدمه الإذاعة من موضوعات صحية تصب في الإجراءات الصحية والوقائية بشكل عام، حيث تخاطب بذلك شريحة كبيرة من المجتمع المحلي على مستوى الإذاعة، في حين جاءت نسبة 25% من أفراد العينة بنسبة ضعيفة وهذا ما يفسر أن أفراد العينة لم يستوعبوا ما تقدمه من برامج تعالج ما يطمحون إليه.

- **بث الإذاعة للحصص التفسيرية لقضايا البروتوكول الصحي:**

////////////////////////////	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	32	%72,7
لا	12	%27,2
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (08): يوضح بث الإذاعة للحصص التفسيرية للبروتوكول الصحي

يتبين من الجدول رقم (08) أن نسبة (72,7%) نسبة مرتفعة ومقبولة، حيث يعطي هذا المؤشر أن ما تقدمه الإذاعة من مجهودات في تفسير وتوضيح للقضايا و البروتوكول الصحي سواء إذا تعلق الأمر بالوقاية قبل المرض، أو عند الإصابة به وكذا التدابير العلاجية والتوجيهية للأفراد، بذلك يلقي تأثيره على مستوى المجتمع المحلي، في حين كانت نسبة (27,2%) نسبة متواضعة وهذا ما

يعكس أن أفراد العينة اختلفوا في تفسير وتحليل البرامج الإذاعية الموجهة للبروتوكول الصحي، وغير راضين بما تقدمه الإذاعة المحلية.

- **المجالات والمواضيع التي يفضل المبحوثون متابعتها:**

المجالات	التكرارات	النسبة المئوية %
الاقتصادي	09	%20, 4
الصحية	14	%31,8
الاجتماعية	07	%15,9
البيئية	6	%13,6
الرياضية	8	%18,18
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (09): يوضح المجالات والمواضيع التي يفضل المبحوثون متابعتها

يتبين من الجدول رقم (09) أن نسبة (%31,8) كانت الأعلى نسبة، والتي تفسر طبيعة الحدث وتأثير الأزمة على المتبعين، في حين جاءت نسبة (%20,04)، ونسبة (%18,18) كانت متقاربة، بحيث يعطي هذا المؤشر انطباعا على أن المواضيع الاقتصادية والرياضية أقل تأثيراً من خلال تتبع قضايا التنمية مما يستدعي متابعة متواضعة، بين ما للمجال الرياضي جمهوره وطرح انشغالاته وتتبع مستجدات الوضع الراهن على الرياضة بصفة عامة، في حين جاءت بقية نسب متقاربة وهذا ما يعكس أن المواضيع الاجتماعية والبيئية أقل درجة.

- **اختيار الأساليب المخصصة للبروتوكول الصحي بمهنية:**

////////////////////////////	**التكرارات**	**النسبة المئوية %**
الواقع	33	%75
عشوائي	11	%25
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (10): يوضح الأساليب المتبعة ذات اختيارات بمهنية

يتبين من الجدول رقم (10)أن نسبة (%75) تعد نسبة مرتفعة، وبذلك تنبئ المؤشرات على أن ما تقدمه الإذاعة من أساليب منطقية وتخويفية إحصائية ومعلومات حول مستجدات الوباء، وما مدى تأثيراتها على جميع المجالات مقبولا، بالإضافة إلى الأساليب الإقناعية في تطبيق الإجراءات الوقائية، التي تصب في

توعية الفرد من واقع الأزمة، كلها من واقع المستشفيات، أو من مسؤولي تسيير مصلحة كورونا، أما (25%) فهي نسبة متواضعة وهذا ما يعكس أن أفراد العينة اختلفوا فيما تقدمه البرامج الإذاعية من أساليب عشوائية وغير مهنية.

- **طبيعة الانشغالات التي أسهمت إذاعة ورقلة في حلها:**

الانشغالات	التكرارات	النسبة المئوية %
الشغل	09	%20,4
التربية و التعليم	07	%15,9
الصحة	13	%29,5
البيئة و المياه	06	%13,6
التنمية الفلاحية	10	%22,7
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (11): طبيعة الانشغالات التي أسهمت إذاعة ورقلة في حلها

يتبين من الجدول رقم (11)أن نسبة (29,5%) و (20,4%) وكذا نسبة(22,75 %) نسب متقاربة إلا أنها مؤشرات ضعيفة، وهذا ما يفسر المؤشر أن ما تقدمه الإذاعة من إسهامات في سبيل حل بعض الانشغالات والقضايا المهمة مثل الصحة والفلاح والشغل والتنمية يلقى تأثيره على مستوى المجتمع المحلي، في حين أن نسب (15,9%) و(13,6%) تعدّ نسبا متواضعة وهي ما تعكس عدم تكفل الإذاعة بجميع القضايا، وهذا راجع إلى الإمكانيات المحدودة للإذاعة.

- **ما تقدمه الإذاعة من حصص تفسيرية للبروتوكول الصحي:**

//////////////////////////	التكرارات	النسبة المئوية %
كاف	30	%68,1
غير كاف	14	%31,8
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (12): يوضح ما تم تقدمه للحصص التفسيرية للبروتوكول الصحي

يتبين من الجدول رقم (12) أن نسبة (68,1%) تعد نسبة مقبولة، ويدل هذا المؤشر على أن ما تقدمه الإذاعة من إسهامات في سبيل محاصرة هذه الجائحة وتوعية الفرد من حصص لها وقعها في المجتمع يعد كافياً، وبما ينبغي أن يساعد ويسهم فيه كفرد من خلال هذه الحصص الوقائية على مستوى المجتمع

المحلي، في حين أن نسبة (31,8%) هي نسبة متواضعة وهي ما يعكس عدم توافق واقتناع الجميع بموضوعات البروتوكول الصحي من طرف الإذاعة غير كاف.

- **تأثير جائحة كوفيد 19 على الشبكة البرامجية للإذاعة:**

//////////////////////////	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	42	%95,4
لا	03	%6,8
المجموع	**44**	**%100**

جدول رقم (13): تأثير جائحة كوفيد 19 على الشبكة البرامجية للإذاعة

يتبين من الجدول رقم (13) أن ما نسبته 95,4% نسبة مرتفعة، حيث ما يدل هذا المؤشر على أن جائحة كوفيد 19 كان لها تأثير كبير على الشبكة البرامجية، وهذا شيء طبيعي لما لهذا الأمر من خطورة كبيرة على الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى إسهام البرامج الإذاعية في حملات التوعية والتحسيسية، في حين جاءت نسبة 6,8% من أفراد العينة بنسبة ضعيفة وهذا ما يفسر أن أفراد العينة لم يستوعبوا ما تقدمه من برامج تعالج ما يطمحون إليه.

نتائج الدراسة:

أكدت الدراسة أن المواضيع المطروحة بإذاعة ورقلة الجهوية مختلفة ومتنوعة تتماشى مع قضايا الساعة وخاصة البرامج الصحية منها، حيث أخذت هذه الأخيرة حصة الأسد على الشبكة البرامجية من خلال ما نسبته(31,08%)، وهذا شيء طبيعي لما لهذا الوباء من خطورة كبيرة على الفرد والمجتمع، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالحدث فرض نفسه في ترتيب الأولويات، كما بينت الدراسة أن الأفراد لا يفقهون ولا يعرفون معنى مفهوم البروتوكول الصحي مفهومًا مجردا مباشراً، وعليه يتطلب من القائمين على برامج كهذه شرح وتفسير وتبسيط المفاهيم المعقدة؛ حيث جاءت نسبة(93,1%) كمؤشر كبير وله تأثير بالغ على استيعاب موضوع ومفهوم البروتوكول الصحي، وما يترتب عنه من أبعاد اقتصادية واجتماعية، كما نجحت إذاعة ورقلة الجهوية في التوفيق في برامجها الصحية المخصصة للتسيير واحتوى هذه الأزمة، وذلك من خلال نسبة بلغت(68,1%)، وهو مؤشر يدل على ما تقدمه الإذاعة في سبيل محاصرة هذه

الجائحة وتوعية الفرد كجزء من الحل، وما ينبغي أن يساعد فيه كفرد، من خلال احترامه لهذه التدابير، كما أسفرت النتائج على أن هذه الحصص الوقائية التوعوية على مستوى المجتمع المحلي يمكنها أن تخلق بيئة فعالة، وكذا يمكنها معالجة القضايا بمسؤولية وجدية، كما تعطي أيضا للجمهور فكرة وصورة واضحة حول الخسائر والأضرار المباشرة وغير المباشرة، وما يترتب عنها من أبعاد اقتصادية واجتماعية تفرضها هذه الجائحة العالمية، وبذلك يتفاعل معها الجمهور ويكتسب ثقتها، كما يكتسب ثقافة ووعيا صحيا بطريقة غير مباشرة.

تشير نتائج الدراسة بشكل عام إلى أن البرامج الإذاعية تعد مصدراً من مصادر المعلومات الموثوقة ومحطة مركزية لها دور مهم ومميز في المجتمع إذا تم الاستثمار فيها بشكل جيد.

خاتمة:

ما نؤكده من خلال هذه الدراسة أن الحقيقة التي تفرضها الأزمات العالمية تؤثر وتغير لا محالة من خريطة طريق الدول والمنظمات، سواء أكانت هذه الأزمات اقتصادية أم صحية، إلا أن الأزمات الوبائية الصحية تكون أشد حدة من غيرها لأنها تستهدف وجود وحياة الإنسان الذي يمثل الوحدة الأساسية في هذا الكون.

وعليه فإن الدور المنوط للإذاعة المحلية يجعل منها وسيلة ذات درجة عالية من الأهمية كغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة في تسيير الأزمات، فهي تساعد في تطبيق السياسات العامة، وبذلك تكون همزة وصل بين الحاكم والمحكوم، من خلال تبسيط المخططات الاستراتيجية المنتهجة من قبل الحكومات إلى جماهيرها، مما يستوجب على القائمين بالاتصال من رسم وبناء صورة ذهنية مبسطة للبروتوكول الصحي، بهدف تجسيد الإجراءات والتدابير الوقائية من فيروس كورونا المستجد على أرض الواقع، وذلك كجزء من مساهمة الإذاعة كجهاز اتصالي في التقليل من تفشي وباء كورونا ومحاصرته، من خلال برامج التوعية والتثقيف الصحي على غرار مسؤوليتها الاجتماعية الملقاة عليها والتزاماتها تجاه المجتمع، فترى أن هذه الأخيرة مسؤولة عن تزويد المجتمع بالمعلومات الصادقة عن سائر الأحداث والقضايا المهمة، وخاصة ما نعيشه اليوم

من جائحة صحية أدهشت العالم، وكثرت فيها غوغاء وسائل التواصل الافتراضي، مما تسبب في انتشار الأخبار المزيفة والإشاعات المغرضة التي أدّت إلى قلق واضطراب اجتماعي كبير، ومن هنا تكمن قيمة المسؤولية الاجتماعية في أنها أخلاق تمارس مع النسق الذي تتواجد فيه، قبل أن تكون التزاما وضابطا قانونيّا، فالإذاعة تعتبر الأداة الرقابية على المجتمع وما يحيط في بيئته من مخاطر وما يهدد مستقبل وجوده، وبذلك تكون الإذاعة المحلية وسيلة الاتصال الأقرب والأبسط للمجتمع في طرح قضاياه المهمة وانشغالاته اليومية.

المراجع:

1. أحمد ريان باريان. (2003). دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية(رسالة الماجستير، علوم الإعلام). قسم الإعلام، كلية الأداب، المملكة السعودية: جامعة الملك سعود.
2. الحاج يصرف. (2007).تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الإنتخابي(رسالة ماجستير)، قسم علوم الإعلام والإتصال. كلية العلوم الإنسانية والحضارية والإسلامية، وهران، الجزائر: جامعة وهران.
3. الربيع يطو. (2018). دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الإقتصادية(مذكرة الماستر تخصص إدارة إستراتيجية . قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، المسيلة ، جزائر: جامعة محمد بوضياف.
4. العمري غازي. (25 08, 2020). نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام..و«الرؤية». . تم الاسترداد من http://www.alriyadh.com/
5. جسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. (2002). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. رمزي بودرجة. (ديسمبر, 2014). المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات و أثرها على صورة المؤسسة. مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات، الصفحات 221-238.
7. رمضان عبد المجيد. (جوان, 2013). مفهوم المسؤوليةالإجتماعية للإعلام. مجلة دفاتر السياسة و القانون، الصفحات 365-377.
8. سامي علي مهني. (2016). الإعلام المحلي في الجزائر دور إذاعة المسيلة في التنمية المحلية(مذكرة الماستر في الإعلام و الإتصال). قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المسيلة، الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة.

9. صالح الشيخ. (2009). تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها(مذكرة لنيل درجة الديبلوم في العلاقات العامة). الأكاديمية السورية الدولية، سوريا: الأكاديمية السورية.

10.عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). الإعلام و إدارة الأزمات (المجلد ط1). عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع.

11.عبد العزيز بن سلطان الضويحي. (2004). التخطيط الإعلامي ودوره في الكوارث والأزمات(رسالة الماجستير في العلوم الإدارية). قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، الأمارة العربية المتحدة: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

12.عبد الله أبو جلال، و مسعودة طلحة. (ديسمبر, 2016).الإذاعة المحلية و قضايا التنمية المستدامة في العالم تجارب و تحديات. مجلة علوم الإنسان و المجتمع، الصفحات 301-335.

13.عبد الماجد حامد. (2000).مقدمة في منهجية دراسة طرق بحث الظواهر السياسية. دار الجامعة للطباعة و النشر.

14.عديل أحمد الشرمان. (2020). دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية. المجلة العربية للدراسات الأمنية، الصفحات 189-205.

15.علي عجوة. (2009). العلاقات العامة و الصورة الذهنية (المجلد ط1). القاهرة: عالم الكتب.

16.غادة الحلايقة. (أكتوبر, 2017). معنى البروتوكول. تاريخ الاسترداد 14 نوفمبر, 2020، من الموضوع: http//mowdoo3.com/

17.فؤائد بداني. (2016).سوسيولوجيا القيم الإخبارية بالأذاعة الجزائرية(اطروحة الدكتوراه ، تخصص علم الإجتماع). قسم علم الإجتماع،كلية العلوم الإجتماعية، وهران، الجزائر: جامعة وهران.

18.مالك شعباني. (2006). دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي(رسالة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع والتنمية). قسم علم الإجتماع الديمغرافي، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسنطينة، الجزائر: جامعة منتوري ، قسنطينة.

19.محمد صوفي. (2011). الإعلام التلفزي و تسيير الكوارث الطبيعية(مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال). قسم علوم الإعلام الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، وهران، الجزائر: جامعة وهران.

20.مراد كموش. (2008). العلاقات العامة و إدارة الأزمة(مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال). قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر: جامعة يوسف بن خدة.
21.مهدي باقر. (2014). الصورة الذهنية و العلاقات العامة(المجلد ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
22.نداء أيمن منصور. (2004). الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير (المجلد ط1). مصر: مدينة برس طباعة نشر تسويق الإعلامي.
23.نسرين عبد الله محمود عمران. (2011).دور الصحافة السعودية في التعامل مع الأزمات و الكوارث(رسالة الماجستير في الإعلام). كلية الإعلام، عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
24.نسيبة فريحات، و رشيدة سبتي. (ديسمبر, 2013). الإعلام و تعزيز قضايا التنمية المستدامة. مجلة الدراسات و البحوث الإجتماعية، الصفحات 150-140.
25.نصر الدين بن مسعود، ومحمد كنوش. (2012). واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية. منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. الملتقى الدولي الثالث. بشار، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
26.هدى غريسي. (2015).دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدماتية(مذكرة ماستر تخصص علاقات عامة). قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، أم البواقي، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي.
27.وهيبة مقدم. (2014). مدى تقييم استجابة منظمة الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية(رسالة دكتوراه، علم التسيير). قسم علوم التسير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسير، وهران ، الجزائر: جامعة وهران.

دور الإعلام البيئي والصحي في تجاوز الأزمات العالمية

1- عبد الصدوق خيرة 2-خديجة أنوار 3-الإيمان خليل 4-هدار رانية

1-عبد الصدوق خيرة/جامعة تيارت كلية الحقوق والعلوم السياسية- الجزائر- مخبر تشريعات حماية النظام البيئي/abdelsadokkheira@yahoo.fr

2-خديجة أنوار/جامعة فاس سيدي محمد بن عبد الله- كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية- المملكة المغربية/ مخبر القانون الخاص وتحديات التطور/ khadija.anouar@outlook.fr

3-الإيمان خليل/ جامعة تيارت- كلية الحقوق والعلوم السياسية- الجزائر-عضو في مخبر تشريعات حماية النظام البيئي/imanekhelillabotiaret@gmail.com

4- هدار رانية/ كلية الحقوق و العلوم السياسية/باتنة 1/ عضو في مخبر الأمن في منطقة المتوسط: إشكالية وحدة وتعدد المضامين/rania.hhaddar@univ-dz

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة موضوع الإعلام البيئي والصحي في ظل الأزمات العالمية الجديدة، حيث تسعى إلى إبراز أهمية البيئة والصحة العامة عبر وسائل الإعلام المختلفة، ونظرا لأن وسائل الإعلام الجديدة عرفت تطورا سريعا وبناء فعالا في تحفيز وتنبيه المجتمعات للنهوض والارتقاء في مواجهة الأزمات عبر وسائل الإعلام الحديثة؛ حيث أصبح استخدام هذه الوسائل لنشر ثقافة الوعي البيئي والصحي من بين الضرورات الملحة، خاصة في ظل الأزمات العالمية كالأوبئة أو في حالة الكوارث الطبيعية.

من هنا تهدف هذه الدراسة إلى إبراز كيفية توظيف الإعلام البيئي عبر وسائل الإعلام الجديدة من خلال تبيين طبيعة البيئة العالمية الجديدة وخصائص

مضمون الإعلام الصحي الذي يعد من أولويات المجتمعات دون نزاع لما قد يجعلنا نتفادى الأسوأ في ظل أزمات الأوبئة العالمية.

الكلمات المفتاحية: البيئة؛ الإعلام البيئي؛ وسائل الإعلام الحديثة؛ الإعلام الصحي؛ الأوبئة.

مقدمة

يعد الإعلام بشتى أنواعه القناة الرسمية لمعرفة ووصف الوقائع والأحداث التي تحدث يوميا في العالم بأسره. هذا ما يجعل اهتمامنا يزداد بشكل مستمر بالصحافة المكتوبة والإلكترونية على حد سواء فالنظام البيئي مبني على التوازن بين مكوناته، لذا فإنه إذا ما تم التأثير على أحد مكوناته أو أكثر تتأثر بقية المكونات وتتبدل العالقات القائمة بينها، فيصبح غير قادر على الحفاظ على توازنه السابق، فيحدث ما يسمى" اختلال توازن النظام البيئي"، فتظهر بالتالي المشاكل البيئية مثل حرائق الغابات، إشعاعات ضارة، زيادة كبيرة في عدد السكان، التصحر، استنزاف الأوزون، تلوث الهواء والماء والتربة، النفايات(مهري و مهري ، 2020، صفحة 50)

وهذه المشاكل البيئية سواء أكان منشؤها طبيعيّا، نتيجة لتغير الظروف الطبيعية كالحرارة والأمطار ما يؤدي إلى الحرائق أو هجرة الكائنات الحية أو انقراضها، أم كان منشؤها غير طبيعي، ناتجة عن النشاطات البشرية للإنسان الإعلام المتخصص في شؤون البيئة في العالم العربي، لا يزال في مستوى أقل من المخاطر البيئية التي تواجه المنطقة العربية، كما تواجه العالم كله. فالقائمون على الشأن الإعلامي، سواءً أكانوا أفراداً أم مؤسسات أم دولاً، لم يتخذوا بعد قراراً بولوج هذا المجال بطريقة متخصصة ومحترفة، خصوصاً أن مخاطره لا تقل شأناً عن المخاطر الناتجة عن الحروب والخلافات السياسية والمشكلات الاجتماعية. فما الميزات التي يجب أن يتمتع بها الإعلامي البيئي والصحي في الوقت نفسه؟ وما هو دورهم تجاه هذه الأزمات العالمية؟

المحور الأول: واقع الإعلام البيئي والصحي في ظل الأزمات العالمية

إن الإعلام البيئي يجب أن يكون على قدر التحديات ولا يبقى حاضراً جزئيا ونظريا في كُتب الجامعات، ويغيب واقعاً وتطبيقاً وتنمية. هذا الإعلام مطلوب بإلحاح ليشكل حلقة وصل بين العِلم والأحداث والكوارث البيئية من ناحية، وبين الجمهور الذي يفترض أن يؤدي الدور الأكبر في حماية الطبيعة والتنوع الإحيائي من ناحية ثانية.

تزداد حاجة الأفراد إلى المعلومات في ظل ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي والصراع والتهديد بأنواعه المختلفة، وخاصة في حالة الأزمات الأمنية، وتعتمد في ذلك على الوسائل الإعلامية المختلفة والمتنوعة، التي قد تدخل في تفاعلات الأزمة بشكل سلبي، خصوصا في ظل البيئة العالمية الجديدة التي أتاحت أشكالا ووسائل وتطبيقات إعلامية جديدة مع ظهور وتطور تقنيات(بريك، 2019، صفحة 38) وبالتالي لا يمكن الاستغناء عن وظيفة الإعلام مهما كانت الظروف وذلك لأهمية البرامج المسطرة من طرف الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين في الوقت نفسه، فعلى المؤسسات الإعلامية اختيار الوقت المناسب لنشر المعلومات والإفصاح عنها الأمر الذي يستدعي ضرورة تفعيل دور العالم الأمنية في مواجهة الأزمات(حدادي و بريك، 2019، صفحة 86)، من خلال البحث في آليات التواصل مع الجمهور، عبر الوسائل التي أتاحتها هذه البيئة العالمية الجديدة لاحتواء الأزمة.

أولا: علاقة الإعلام البيئية بحماية البيئة والتنمية المستدامة

تزداد أهمية الإعلام البيئي في ظل التنامي الواضح لمعدلات الجريمة والإرهاب التي يتعرض لها الوطن من الداخل والخارج معا، الأمر الذي يتطلب ربط المواطنين بهموم بلدهم واطلاعهم على الحقائق الكاملة حول سلامتهم وتوعيتهم بغرس المفاهيم الأمنية؛ حيث تتجسد أهمية الإعلام البيئي في غرس تلك المفاهيم البيئية لدى أفراد المجتمع بهدف حمايتهم من الخروج عن السلوك الإيجابي من ناحية، وبث الطمأنينة والاستقرار من ناحية أخرى، فمع ازدياد خطورة الجرائم تظهر أهمية الإعلام البيئي في مهمته الوقائية باعتبار أن التوعية هي سبيل الوقاية من الجريمة والوعي البيئي يجنب المجتمع العديد من المآسي.

تتضمن المعلومات البيئية معلومات حول البيئة الفيزيائية الحيوية والبشرية. الهواء(خاصة غازات الاحتباس الحراري)، والمياه، والتربة، والأرض، والنباتات والحيوانات، والموئل، والطاقة، والضوضاء، والنفايات، والملوثات، والانبعاثات الملوثة، الثقافة، إلخ. هي معلومات بيئية. تتضمن المعلومات البيئية أيضًا معلومات عن القرارات والسياسات والقوانين والأنشطة البشرية التي تؤثر على البيئة البشرية، وتماشياً مع الالتزامات التي تم التعهد بها في قمة الأرض في ريو عام 1992، تفرض اتفاقية آرهوس لعام 1998 والتوجيه الأوروبي EC / 4/2003 المؤرخ 28 يناير 2003 والميثاق البيئي الصادر في فرنسا عام 2005 أن أي شخص دون الحاجة إلى إثبات هويته يمكنه الوصول إلى أي معلومات بيئية يحتفظ بها المجتمع(بما في ذلك الدولة).

منذ عام 1992، تم إثراء المعلومات البيئية المتاحة للجمهور من خلال الاستيلاء على القضايا البيئية من قبل عدد متزايد من الجهات الفاعلة: المنظمات غير الحكومية، والجمعيات، والسلطات المحلية...أيضا هذه المعلومات في متناول الجمهور بشكل متزايد. والنتيجة، مع ذلك، هي أن المعلومات المتاحة غالبًا ما تكون غير متجانسة وقطاعية، مما يجعل من الصعب اتباع نهج شامل للقضايا البيئية. يتم استخدام المعلومات البيئية في جميع أنواع المنظمات: الشركات والإدارات العامة(الدولة والسلطات المحلية) ومراكز البحوث في أوروبا، وبالنسبة لجميع البلدان التي تحترم اتفاقية آرهوس، فإن هذه المعلومات المحددة هي معلومات عامة(المشاقبة، 2011، صفحة 22)، ويجب إتاحتها للجميع(باستثناء بعض الإعفاءات المتعلقة بالأسرار التجارية والدفاع الوطني).

يطلب من بعض الشركات الكبيرة تضمين تقرير بيئي في تقريرها السنوي. في فرنسا، أدى قانون Grenelle II (في "موقع العمل" الخاص بالحوكمة) إلى زيادة عدد هذه الشركات، ويجب أن يحدد المرسوم الشروط والعقوبات المتعلقة بهذا الموضوع.

منذ عام 1994، تنشر فرنسا تقريرًا بيئيًا كل أربع سنوات يقدم لمحة عامة عن حالة المكونات المختلفة للبيئة(الماء والهواء والتربة والغلاف الجوي والتنوع

البيولوجي والموارد الطبيعية) وتطورها، الضغوط التي يتعرضون لها، وتعرض الأشخاص والبضائع لمخاطر طبيعية وتكنولوجية وبيئية مزمنة. يناقش هذا التقرير أيضًا الاستجابات التي تم تنفيذها لمواجهة التحديات البيئية التي تواجه المجتمع. منذ عام 1994، اتبعت 6 طبعات بعضها البعض: 1994، 1998، 2002، 2006، 2010 و 2014. منذ عام 2010، تم نشر هذا التقرير من قبل دائرة الإحصاء في الوزارة المسؤولة عن البيئة(دائرة المراقبة والإحصاء) منذ ذلك الحين اختفاء IFEN في عام 2008. تم نشر الإصدار السادس من هذا التقرير [أرشيف] في 5 ديسمبر 2014.

ثانيا: وضع علاقة الإعلام الصحي بالإدارة الصحية

ويقيناً أنه لو كان الإعلام الصحي منتشراً قبل مئات السنين في زمن الأوبئة والأمراض، لما سقط الآلاف بل الملايين من الضحايا بسببها، ولنجحت حملات التوعية والبرامج الوقائية الصحية في إرساء ثقافة صحية طبية، كما حصل ويحصل مع جائحة "كوفيد-19"، ولكان العالم بأسره- بطبيعة الحال- ينتظر بشائر توصّل العلماء إلى اللقاحات والعلاجات. ذلك لأن حياة الإنسان وصحته وسلامته مؤشر هام على حياة الأمم ومستقبلها. لا بد إذن من حلقة وصل بين عالم الطب والرأي العام.. إنها الصحافة العلمية المتخصصة في ظل الأزمات العالمية الدولية للحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في آليات الأمم المتحدة، يلي ذلك وصف المواد المتعلقة بذلك في الميثاق الأوروبي الاجتماعي الذي يعد مرادفا للحقوق الاقتصادية والاجتماعية في المعاهدة الأوروبية لحماية حقوق الإنسان في المجلس الأوروبي.

على المستوى الدولي: الحق في الوصول إلى الرعاية الصحية بناء على العهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وقعت البلدان على هذا العهد كمعاهدة متعددة الأطراف في الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 1966 وأصبح في موضع التنفيذ منذ يناير من عام 1976، حيث وقعت عليه 149 دولة، وقد طور هذا العهد بعض الحقوق التي وردت في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، خاصة الحقوق الأساسية ذات

الطبيعية الاجتماعية والاقتصادية، مثل الحق في العمل، والحق في الحماية الاجتماعية.

حيث يعطي هذا العهد محتوى أكثر تحديدا للمادتين 22 و25 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، فهو يدعو إلى الحماية الاجتماعية والحق في الصحة، ويذكر المزيد عن هذه الحقوق، وعن التزامات الدول الأعضاء التي ينظر إليها وفق شروط محددة.

فعلى سبيل المثال، ليس متوقعا أن تمنح الدول الموقعة على هذا العهد لشعوبها هذه الحقوق من البداية، لأن الالتزامات المبدئية التي تعكسها المادة 2 من العهد لا تنتظر أن يتم التنفيذ الكامل لهذه الحقوق الاجتماعية في الحال، يخضع تنفيذ هذه الحقوق لإمكانيات البلد الاقتصادية والاجتماعية مادة 2 فقرة1.

على كل دولة أن تتخذ الخطوات الضرورية القصوى وفقا لمواردها المتاحة، وتوافقات التزاماتها بموجب العهد، كما أن مستوى تنفيذ الحقوق والواجبات يصبح محلا للرصد من قبل لجان خاصة للحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وهذه اللجان تؤسس قواعدها عن طريق التوافق وفقا للتقارير الوطنية التي ترسل من طرف الحكومات(المخروصي، 2015، صفحة 223)، وتعتمد على مصادر معلومات أخرى، والعديد من التفاسير الخاصة بالحقوق الاجتماعية وتقارير اللجان.

يجب ذكر أن الحق في الوصول إلى الرعاية الصحية قد تطور أساسا في المادة 12 من العهد(الحق في الرعاية الصحية)، فلا يوجد الكثير فيما يتعلق بذلك الحق في المادة التي تتناول مع الحق في الحماية الاجتماعية(مادة 9) ومن ثمة فالحق في الصحة يتطلب الوصول إلى نقطتين أساسيتين:

أ- **تفسير الحق في الوصول إلى الرعاية الصحية:** إن الحق في الرعاية الصحية حق مقرر دستوريا ولربما تختلف اللغات ولكنه واحد في معظم دول العالم. في هذا الصدد جاء الاعتراف بهذا الحق على النحو التالي:

1.أن تعترف الدول التي اعتمدت العهد بحق كل فرد في التمتع بأقصى حد ممكن من الصحة الجسدية والعقلية المتاحة.

2. أن تتخذ هذه الدول الخطوات لتنفيذ الحق بما يشمل الوقاية والعلاج ومكافحة الأمراض المتوطنة والوبائية والأمراض المهنية وإيجاد الظروف التي تضمن الخدمات والرعاية في حال المرض.

وفي شرح المادة 12 رجعت اللجنة المتخصصة إلى المدى الواسع من الحقائق الاقتصادية والاجتماعية التي يجب أن تدعم الظروف التي تحفز تطوير نمط الحياة الصحي(حلوش و الوابدة، 2004، صفحة 36)، كما ترجع مادة 12 الاحتياج إلى توفر الرعاية الصحية إلى اعتباره حقا شاملا وضمنيا لا يشمل فقط الرعاية الصحية الملائمة ولكن يمتد إلى المحددات الأساسية للصحة مثل: المياه النقية، والغذاء والسكن، وظروف العمل الصحية، والتعليم، وفي المدى الأوسع، الحق في الرعاية الصحية يعود إلى إتاحة المرافق والسلع والخدمات الصحية لكل فرد دون تمييز في إطار السلطة التشريعية للدول.

ومن منظور اللجنة هناك أربعة أبعاد متداخلة للوصول إلى الرعاية الصحية هي: عدم التمييز والإتاحة الجغرافية والاقتصادية وتوفر المعلومات وعلى الدّول أولا ألا تميز بين الأفراد عند تنظيم خدمات الرعاية الصحية، حيث يجب أن تكون المرافق والسلع والخدمات الصحية متاحة للجميع خصوصا الفئات السكانية الأكثر تعرضا للمخاطر والأكثر تهميشا سواء بحكم القانون أو تهميشا واقعيا لأي سبب من الأسباب، وعلى الدول الالتزام بتوفير وإتاحة الرعاية الصحية الضرورية، خصوصا للسكان الأكثر احتياجا، لذلك فالإجراءات التي تسهل لهذه الفئات الوصول للرعاية الصحية ذات أهمية قصوى، لأنها تعني السماح بالسياسات التي تظهر هذا التمييز الإيجابي في هذا المجال.

ضرورة رصد الإجراءات الحكومية ذات الطبيعة التميزية، مثال: التخصيص غير العادل للموارد الذي يمكن أن يؤدي إلى التمييز، كالاستثمارات التي تفضل نسبيا الخدمات العلاجية المكلفة والتي لا تتمتع بها سوى شرائح مميزة من

السكان، مقارنة بالخدمات الأولية والوقائية التي تخدم الشرائح الأوسع من السكان، كما يجب على الحكومات أن تعمل على منع أي صورة من صور التمييز.

الصحافة الصحية عمليًّا، هي أحد أنواع الصحافة المتخصصة التي تُعنى بدراسة قضايا صحة الإنسان وسلوكياته الصحية. كما تسلط الضوء على أبرز التطورات في مجال الطب لمكافحة الأمراض المحتملة والوقاية منها، من خلال تقديم المعلومات الصحية الدقيقة بالإضافة إلى النصح والإرشاد، بهدف زيادة الوعي والثقافة الصحية لدى الأفراد.

بحسب مدير المعهد العالي للصحافة في جامعة" ليل" الفرنسية بيار سافاري، فإنه لا يتعيّن على الصحفي المتخصص في الشؤون الصحية أن يكون طبيبا، بل يجب عليه بناء قاعدة معرفية تمكنه من معالجة المواضيع المراد تناولها، وعليه أن يكون قارئاً نهمًا دائم الاطلاع على كل ما يتعلق بالأمور الصحية. فقد علّمتنا يومياتنا في العام الحالي، أن الكثير من المستجدات اليومية تبرز من اكتشافات وأبحاث، بالإضافة إلى إقرار حقائق جديدة قد تكون معقّدة، ولا يستطيع صحفي آخر فهم طبيعة هذه المعلومات وكيفية التعامل معها بغية تبسيطها ونقلها إلى الجمهور.

ب- أنواع المخاطر الناجمة عن الأزمات العالمية:

1-المخاطر القانونية:

وهي تقع تحت طائلة القانون المدني والجنائي، والقانون المدني يتمثل في العقود القانونية مع العميل تصاريح العمل وغيرها، أما القانون الجنائي فهو كل ما يتعلق بالجوانب الصحية وطرائق الأمن والسلامة العامة على البيئة أو على العمال، وهذا لا ينطبق على مجال الصناعة ولكن على كل المجالات الأخرى.

2-أزمة الاتصال:

إن الهدف النهائي لنموذج تحليل المخاطر هو إيجاد اتصال بين كل الأطراف المعنية بالأزمة وهم:

- مالكو المشروع والمصانع والهيئات المستخدمة، لكي يوفروا احتياجات الأفراد في الوقت المناسب.

- المديرون القائمون على تنفيذ المشروع لكي يستطيعوا تطوير السياسات الخاصة به، التعرف على كل أجزائه، وإيجاد أداة اتصال سهلة وفعالة واستخدام التحليل المعروف.

- القائمون على تنفيذ المشاريع والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة لتمكينهم من إدارة المخاطر التي تظهر أثناء التنفيذ.

- العاملون الذين يلتحقون بالمشروع أثناء التنفيذ والذين يجب اطلاعهم على سياسات التنفيذ وما تم منها ودورهم في المرحلة التي التحقوا فيها المشروع.

- المستخدمون وهم أهم طبقة في المجتمع.

ولكي تصبح أداة الاتصال فعالة فإن النموذج يجب أن يكون بسيطا وقويا يتمتع بالمرونة لكي يكون متكاملا، ولكي نصل إلى هذا يجب بذل مجهودات كبيرة، وببناء نموذج يحقق هذا التكامل نكون قد حققنا 60 % من المجهود اللازم لتحليل المخاطر ورسم خطة النجاة منها بأقل الخسائر.

3. المخاطر المتعلقة بالممتلكات:

وهي المخاطر التي تتعرض لها ممتلكات الفرد وينتج عنها خسائر جزئية أو كلية وذلك لحدوث خطر من المخاطر الآتية:(حريق- سرقة- تصادم- غرق- فيضان- زلزال- شغب- حروب وخلافة).

4. المخاطر الناجمة عن المسؤولية المدنية:

وهذه المخاطر تحدث بواسطة الغير، وينتج عنها خسائر للأشخاص في أرواحهم أو في ممتلكاتهم، ويصبح المتسبب في حدوث الخطر مسؤولا عن تعويض الفرد عما أصابه من ضرر بالإضافة إلى المسؤولية الجنائية أمام القانون.

مثال: لقائد السيارة مسؤولية مدنية قبل الغير عن أي خسائر تحدثها سيارته، كما أن المالك مسؤول مسؤولية مدنية عن أي خسائر في الممتلكات أو الأرواح بسبب المبنى الذي يملكه.

5-المخاطر الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية:

انفرد هذا التقسيم بدراسة طبيعة الخطر، وتم تقسيم المخاطر التي تتعرض لها الممتلكات إلى مجموعات:- مخاطر طبيعية- مخاطر اجتماعية.- مخاطر اقتصادية.

كما توجد مخاطر عدم التأكد وهي تتأثر بالمخاطر الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية:

أولا: المخاطر الطبيعية:

هي المخاطر التي تحدث نتيجة ظواهر طبيعية أو ظواهر عامة(عبد المنعم، 2005، صفحة 123) ليس للإنسان دخل في وجودها ولا يمكن تجنبها، إن الظاهرة تكون موجودة أصلا في حياة الإنسان، وليس في مقدرته أن يمنع تحققها.

والأسباب الأساسية لهذه الظواهر:

وتنقسم المخاطر الطبيعية إلى ثلاثة أنواع:

ا. الظواهر الطبيعية:

تنتج عن الظواهر الطبيعية، وتشمل على ظاهرة عدم التأكد من الطقس وتسمى أحيانا المخاطر الجوية وهي كما يلي:

- النقص أو ضعف الرطوبة أو الجفاف أو القحط.

- زيادة الرطوبة والمياه وتشمل الإغراق والفيضان.

- البرد الشديد كالتجميد أو التجلد.

- المطر الغزير والبرق والرعد.

الرياح والعواصف.

- الاحتراق أو الاشتعال الذاتي.

ب. أمراض النبات والحيوان:

لقد تعرضت البشرية لكوارث عديدة لحقت بالنبات مما نتج عنها وفاة العديد من الأفراد، فمنذ مائة عام تقريبا ذبل محصول البطاطس بأيرلندا بسبب الآفات الزراعية، وسبب هذا الانتشار المجاعة وأدت إلى وفاة العديد، كما تعرضت الولايات المتحدة وكندا سنة 1904 وسنة 1916 وسنة 1937 وسنة 1938 إلى وباء صدأ القمح الذي امتد وانتشر في المزارع فدمرها.

ثانيا. الحشرات والأوبئة:

بالرغم من التقدم العلمي واستخدام الأساليب العلمية الحديثة فإن الحشرات تخرب وتدمر كثيرا من المحاصيل في العالم، وفي الولايات المتحدة الأمريكية يبلغ إجمالي الطاقة الإنتاجية الضائعة بسبب الحشرات والأوبئة حوالي 300 مليون دولار تقريبا، كما أن الأمراض والأوبئة التي تصيب الماشية وتؤدي إلى موتها تسبب عادة خسائر ذات قيمة كبيرة وعلى سبيل المثال فإن أمراض القدم والدم منتشرة في أوروبا وفي إفريقيا، كما أن الطاعون مصدر رعب للفلاحين وأصحاب مزارع التربية، لأنه يؤدي إلى فقرهم في كثير من الحالات.

المحور الثاني: دور الإعلام البيئي والصحي في تحسين الأوضاع أثناء الأزمات العالمية

إن الإعلام البيئي والصحي يهم كل فئات المجتمع، والتأثيرات والأضرار الناتجة عن الكوارث أو التلوث لا تميز بين فئة وأخرى، لذلك فإن على هذا النوع من الإعلام أن يتوجه إلى الجماهير لتكون قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة وتحافظ على الصحة العامة وعلى مواردها الطبيعية، كما عليه أن يتوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين لحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية للحفاظ على توازن الطبيعة والحد من تلوث البيئة، وإلى السياسيين وأصحاب القرار للتشديد على أن مسؤولياتهم لا تنحصر في مجموعة معينة من المواطنين أو في حقبة زمنية محددة، بل على مر الزمن.

أولا: تحديات استدامة المؤسسات الإعلامية في الأزمات

تعدد مصادر المعلومات فضلا عن السرعة والفورية والتواتر في متابعة تطورات أحداث الأزمة.

- في الإعلام الجديد تكون ردة فعل الجمهور سريعة قوية وثرية بالأدوات التعبيرية مما يجعلها أكثر قدرة على النفاذ للرأي العام والتأثير فيه، فضلا عن أن ذلك يفيد في التعرف على ردود فعل الجمهور والتقاط بوادر الأزمة ومؤشراتها(خليل، 2015، صفحة 23)، ويظهر ذلك بوضوح في أوقات الأزمات خاصة في أعقاب التصريحات والبيانات الرسمية.

- الإعلام الجديد يسجل أدلة على الوقائع والأحداث ويقدمها للرأي العام صوتا وصورة وربما في لحظة وقوع الحدث نفسها.

-الإعلام الجديد يقدم الحدث الواحد بأكثر من توثيق.

- عرض الحدث برؤية من شاهده، وعلى نحو غالبا ما يحمل انتقائية في العرض بهدف التأثير . وتتضح خصوصية الإعلام الجديد.

ثانيا: إشكالية تطور الإعلام ومعطيات الواقع في ظل الأزمات العالمية

تعتبر ظاهرة العولمة كغيرها من الظواهر الاجتماعية تحمل في طياتها من الفرص والمخاطر التي تمثل في مجموعها تحديات العولمة؛ حيث تشير العديد من الدراسات المتخصصة في العولمة إلى هذه التحديات والتي تؤثر بدورها على المجالات المختلفة المعرفية والأنظمة المعرفية والأنظمة الاجتماعية في أي دولة معاصرة حتى إن أحدا لن يستطيع تفاديها أو تجنب تأثيرها، ولذلك بدأت العديد من الدول تدرك ضرورة التعامل الإيجابي مع قضايا العولمة، كما يجب على وسائل الإعلام أن تتعلم كيف تتكيف مع ثقافة جديدة تقوم على مبدأي التنظيم الذاتي وتعزيز المعايير المهنية. وعلى المهنيين الذين اعتادوا سابقا على الصحافة المنحازة أن يتعلموا سبل تنمية حس الاستقلالية والتفكير الناقد لديهم، والطريقة الملائمة لطرح الأسئلة الجريئة على جميع الأطراف ولإجراء التحقيقات الصحفية والإسهام على الوجه الأمثل في بناء ثقافة الديمقراطية. وقد يتعذّر في أعقاب الأزمات العالمية تطبيق مفهومي الأخلاقيات والاستقلالية التحريرية تطبيقاً تاماً في قطاع الإعلام. ويستلزم هذا الأمر إنشاء نظم ملائمة للتدريب الإعلامي على سبيل الأولوية. وتعد

حرية الإعلام بأنواعه ضرورة إنسانية لرقي المجتمعات وتقدمها؛ فالمجتمعات المتقدمة أو الساعية إلى التقدم لا يمكنها أن تتخلى عنها والعمل على حمايتها وذلك لدورها في إيصال المعلومات لجميع أفراد الشعب ولاسيما في عصر العولمة الذي أصبح فيه العالم يعيش ثورة الاتصال التي من مميزاتها:

أ-مرحلة ثورة الاتصال الخامسة:

إن ثورة الاتصال الخامسة قد تجسدت في ظهور الانترنت وهو ما يطلق عليه بثورة المعلومات والاتصالات التي أوجدت جيلا حديثا من وسائل الاتصال، فمن خلال ظهور الانترنت وتطوره أدى إلى تطور في الحياة الإنسانية للشعوب حيث سهل التواصل والاتصال ونقل الأنباء والبيانات والصور والفيديو وغيرها عن طريق برامج بث مختلفة مقروءة ومسموعة ومرئية عبر الدول والقارات بطريقة فورية وسهلة عبر الحاسب الآلي والتقنيات الرقمية الحديثة.

وتعد شبكة الأنترنت من أهم مظاهر ثورة الاتصالات التي تميزت بالتقدم الهائل في قوة الكومبيوتر والهواتف الذكية والبرمجيات والأقمار الصناعية ذات السرعة العالمية في الاتصال، وكان أول ظهور لهذه الشبكة عام 1969 باسم (الأربانت) وكانت تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، وفي عام 1989 ظهرت الشبكة الدولية للمعلومات الحالية(الانترنت) بكافة وسائل استخدامها وكافة النتائج الإيجابية والسلبية الناشئة عن استخدام أعجوبة القرن العشرين التي انتشرت بشكل مذهل في جميع أنحاء العالم؛ إذ أتاحت تبادل الرسائل والمعلومات إلكترونيا حتى أصبحت في متناول الجميع دون اقتصار تملكها على أحد كما هو في السابق(المزاهرة، 2018، صفحة 312).

ب- أنواع وسائل الاتصال الجديدة:

يطلق البعض على هذه الوسائل بوسائل الاتصال والبعض الآخر يطلق عليها تقنيات الاتصالات؛ وهي متنوعة وكثيرة وبين حين وآخر يتم استحداث أنواع مختلفة وبرامج وإحداثيات جديدة نذكر منها:

1. وسائل مقروءة منها الصحف والمجالات والملصقات والمواقع الإلكترونية.

2. وسائل مسموعة منها الراديو(المذياع) والتلفاز والأجهزة الرديوية والحاسب الآلي والأيباد وغيرها من الأجهزة الذكية المستحدثة للتواصل.

3. وسائل مرئية وهي التي يمكن رؤيتها بالعين المجردة عبر التلفاز والفيديو والهاتف الذكي والحاسب الآلي والأيباد وغيرها من الأجهزة الذكية والمعارض والصور والرسومات وقد تكون بالمواقع الإلكترونية(شمس الدين، 2008، صفحة 129).

هناك العديد من الخصائص المميزة لوسائل الاتصال ونظم المعلومات في العصر الراهن، والتي تمكن مستخدميها من ارتكاب جرائم عن البعد كجرائم مخالفة قانون الاتصالات أو الجرائم المعلوماتية ومن أبرزها:

- إن وسائل الاتصال ذات طبيعة دولية: أي عابرة للحدود الدولية فيمكن من خلالها التواصل وتبادل المعلومات ونقلها عبر قارات العالم دون وجود عائق يحول دون ذلك، وهذا ما يميز الجرائم المعلوماتية؛ حيث إنها متخطية للحدود الجغرافية أو كما يطلق عليها البعض: جرائم ذات طبيعة متعدية الحدود؛ فبعد ظهور شبكات المعلومات لم يعد هنالك حدود مرئية أو ملموسة تقف أمام نقل المعلومات عبر الدول المختلفة.

- إن وسائل الاتصال ذات سرعة عالية وتوفر الوقت والمال: أي تمكن المستخدم من إدارة أعماله وهو جالس على مكتبه أو في أي مكان، دون الحاجة إلى جهد بدني أو ضياع للوقت بسبب بعد المسافات أو صرف مبالغ كبيرة لإنجاز الغرض المطلوب، أي أنها تختصر المسافات بثوان معدودة يتم من خلالها التواصل وتبادل المعلومات ونقلها ونشرها دون تأخير، وعلى سبيل المثال نذكر أحد أهم هذه الوسائل وهي الحاسبات الآلية؛ حيث إنها تتمتع بالقدرة الكبيرة في نقل وتبادل المعلومات بين أنظمة يفصل بينها آلاف الأميال أدت إلى نتيجة مؤداها تأثر أماكن متعددة في دول مختلفة بالجرائم المعلوماتية في آن واحد. كذلك السرعة الهائلة التي تحظى بها تلك الحاسبات الآلية في تنفيذ الجريمة المعلوماتية وحجم المعلومات والأموال المستهدفة، وهذا ميز الجريمة المعلوماتية عن الجرائم التقليدية بصورة كبيرة(سلامي و موساوي، 2020، صفحة 298).

- إن وسائل الاتصال تقدم خدمات: تعتبر وسائل الاتصال الحل الناجح في تلبية احتياجات المجتمع الدولي سواء أكانت اجتماعية أم اقتصادية أم سياسية أم ثقافية وغيرها من الخدمات التي تقدمها للمستخدمين.

- إن وسائل الاتصال قابلة للتحرك والتحويل والتوصيل: فبفضل الأقمار تمكن المستخدم من استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتوصيلها ونقلها من مكان إلى آخر فهي قابلة للنقل لصغر حجمها.

الخاتمة:

لا يخفى على كثير من أجهزة الإعلام أن الدول صاحبة المصالح التجارية ترفض التقيد بالقوانين والأنظمة الجديدة، صديقة البيئة، بحجة تضرر اقتصادها الوطني أو ارتفاع كلفة إجراءات حماية البيئة والطبيعة، أو تدهور الحالة الصحية لشعوبها، فإن مسؤوليتها أن تثقف الناس في شكل مستمر بأهمية القضايا البيئية وتشعرهم بأنهم معنيون بالكوارث البيئية وعليهم مسؤولية أخلاقية، أو دور يقومون به لحماية ما تبقى من حياة فطرية، أو هواء وماء نظيفين، وأن تجعلهم كذلك شركاء في تدارك تأثير الكوارث البيئية المباشر وغير المباشر على مجمل حياتهم الصحية والاقتصادية والمعنوية.

صحيح أن الإعلام لم يرتكب أي ذنب في حق البيئة، لكنه مسؤول أمام الجمهور ولا تقل مسؤوليته عن مسؤولية الجامعات والمؤسسات البيئية والوزارات والحكومة، لا بل مسؤوليته تتعدى ذلك لأنه أولاً وآخراً مصدر المعرفة الأول والأساسي لكل الناس، لذا لا يمكن للإعلام العربي بكل صنوفه، أن يبقى غائبا عن الهم البيئي ويسقط هذا التخصص من حساباته. لا بل عليه أن يشكّل إعلامًا بيئيّا فاعلاً ولا يترك هذا المجال لأي إعلام آخر، كالإعلام الفني والرياضي والاقتصادي والعلمي.

ومن أجل الوصول إلى إعلام هادف وشامل وقابل للتقدم إلى الأمام ومساعد لاتخاذ القرارات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية يجب الاعتماد على الخطوات الآتية:

1-متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهاتها والتطورات الحاصلة لها، ويتم ذلك عن طريق نقل المعلومات إلى جمهور الأزمة بأمانة وإحاطتهم بما يحدث فعلا عن الأزمة و سرعة ومصداقية الأخبار بكل أنواعها بيئية وصحية والحقائق المتعلقة بالضحايا والبيانات التي يتم إعدادها بشكل معين بمحتوى ومضمون معين .

-أن يكون الإعلام انعكاسا لمجتمع الأزمة وموجها له، كما يجب أن تتقيد وسائل الإعلام وقت الأزمات بمجموعة من المحددات والسمات لإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.

-الاهتمام بالتصريحات السياسية والرسمية التي تسهم في تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.

- التوجه نحو وسائل الإعلام الجديدة المتعلقة بوسائل الاتصال الجديدة كثورة الجيل الرابع والخامس التي انتشرت عبر معظم وكالات الإعلام الدولي.

قائمة المصادر والمراجع:

1. الزهرة بريك. (2019). "الإعلام البيئي والبيئة العالمية الجديدة قراءة في خصائص العالم البيئي. الجزائر: المجلة الجلة الجزائرية للاتصال، المجلد رقم 18.

2. براهيم سلامي، و أمال موساوي. (2020). الإعلام البيئي من منظور قانون البيئة الجزائري للحد من البصمة البيئية من أجل تحقيق التنمية المستدامة. الجزائر: مجلة الباحث الأكاديمية، المجلد 07، العدد01.

3. بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2011). "الإعلام الصحي". عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع،.

4. شفيقة مهري، و أمال مهري . (2020). الإعلام البيئي وتحقيق الوعي الاستهلاكي الصديق للبيئة كرهان ثقافي جديد في ظل التنمية المستدامة. الجزائر: مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 04، العدد 04، ديسمبر.

5. عاطف عبد المنعم. (2005). " تقييم و ادارة المخاطر" . القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والاستراتيجية.

6. فيصل هاشم شمس الدين. (2008). الوسائل التعليمية المطورة. مصر: مؤسسة شمس للنشر والإعلام.

7. منال هلال المزاهرة. (2018). نظرية الاتصال. مصر: دار المسيرة للطباعة والنشر.

8. مهند أحمد حلوش، و وعبد الرؤوف الوابدة. (2004). "اقتصاديات الصحة"، الطبعة الأولى. عمان: المكتبة الوطنية.

9. وائل رفعت خليل. (2015). "اشكالية الإعلام و معطيات الواقع". الأردن: دار غيداء للنشر و التوزيع.

10.وليد حدادي ، والزهرة بريك. (2019). "الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات: دراسة في تأثيرات البيئة العالمية الجديدة" . الجزائر: المجلة الجلة الجزائرية للاتصال.المجلد رقم 17 .

11.وليد مرزة المخروصي. (2015). "التزامات الدولة عن الخطأ الطبي". جامعة الأنبار: كلية القانون والعلوم السياسية .

ملاحق الكتاب

الملحق رقم 01: ديباجة المؤتمر

تنظم دار خيال للنشر والترجمة بالشراكة مع كل من:

مخبر التربية والإبستيمولوجيا المدرسة العليا للأساتذة جامعة بوزريعة الجزائر

مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف / جامعة ورقلة

المؤتمر العلمي الافتراضي الدولي الأول الموسوم بـ:

العلوم الإنسانية والاجتماعية "رؤية جديدة بعد الجائحة "

أيام 22 /23 /24 ديسمبر 2020

المشرف العام للمؤتمر: أ .د قلامين صباح رئيس المؤتمر: أ/ هشام قاضي

الديباجة: يعيش العالم بأسره من شماله إلى جنوبه ومن شرقه إلى غربه وضعية وبائية فريدة أطلق عليها الكوفيد 19 أو كورونا أو الوباء أو الجائحة، لم يسبق للبشرية أن عاشتها من قبل؛ حيث تجاوزت توقعات كل البشرية والمجتمعات، وفرضت توجهات جديدة في الرؤية للعالم، للدين، للعلم، ولمسيرة الإنسان ككل كيف لا؟ وهو الذي جعل أكبر الدول، وأعتى المخابر تعجز أمام مواجهته.

فالجائحة التي أصبحت تمتلك قوة لا تمتلكها أي جهة؛ فهي الفاعلة في المنظومة الدولية اليوم، أضحت صاحبة السيادة، والسيطرة. تتحكم في حرية ومصير وقرارات الأفراد والجماعات. إنها اليوم تتنقل بفخر أمام عجز العلم وموت الجغرافيا من دولة إلى أخرى، ومن قارة إلى أخرى. ولكن على الأقل كانت عادلة في ممارستها للقتل، فهي لا تفرق بين اللون ولا الدين، ولا المكانة الاجتماعية والاقتصادية للأفراد والدول، تصيب كل من يواجه طريقها غير مكترثة بسن أو جنس أو لون...الخ.

نحن اليوم أمام بوادر نظام دولي جديد ومنظومة من القيم لم يسبق لها وجود، فها هو الفيروس المجهري يقلب موازين المقولات الفلسفية في كتابة التاريخ والتأريخ له ليشكل ابستيمية جديدة تدخل التاريخ، وتصنع التاريخ. لم يصبح التاريخ بعدها بمقولات الحداثة وما بعد الحداثة أو كما قال هيجل:(تاريخ العالم ليس إلا تقدم الوعي بالحرية) أما الآن فأصبح تاريخ العالم ليس إلا تقدم الوعي

بمشكلة جائحة كورونا. أو سيصبح التاريخ ما قبل كورونا وما بعدها. لن نتحدث بعد كورونا عن الحب السائل والشر السائل والحداثة السائلة... إلخ. بل سنتحدث عن مفاهيم ومعان ولدت من رحم المعاناة والخوف من الوباء؛ أمام هذه الجائحة حتى العلم صمت لم يقل شيئا، ولكنه سيقول الكثير من الأشياء فيما بعد بمقابل المعاناة، الخوف، القلق، الموت تبرز طقوس جديدة، وجزئيات لظواهر كبرى لها تأثيرات عميقة لم نشهدها قبل كورونا، ونتسأل كمفكرين عن التداعيات والتأثيرات العميقة على الفرد والمجتمع ككل على كل المستويات العقلية والنفسية والاجتماعية. وعلى مستوى السياسيات الخاصة والعامة والأنظمة الاقتصادية ومنه على الصورة الجديدة للعالم.

إننا اليوم وفي ظل الجائحة نعيش منعرجا حاسما في تاريخ الإنسانية، حيث نشهد فقاعات تاريخية سريعة، وشاملة ستعيد النظر في قراءة التاريخ، وستبث روحا جديدة في فلسفة التاريخ. لهذا وبصفة عامة ستغير كورونا نظرتنا للعلم ككل، ونظرتنا للعلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة خاصة.

إن الجائحة اليوم شكلت رؤية جديدة للعالم، للإنسان، للعلوم الإنسانية والاجتماعية كون الوباء وضعنا اليوم أمام قضايا لم نألفها من قبل ولم يتعرض لها الباحثون، بل جعلنا نعيش زمن المفاهيم المقلوبة زمن انتحال المعنى وانتحاره. كما تؤدى بنا إلى أن نعيد النظر في آليات البحث وقراءة المشكلات الاجتماعية والنفسية، فاليوم أمام انتشار الوباء وفرض الحجر وضعت المناهج والتقنيات البحثية التقليدية أمام مساءلة موضوعية عن مدى فعاليتها في الظروف القاهرة، فعدم قدرة هذه المناهج والتقنيات البحثية خصوصا في العلوم الإنسانية والاجتماعية وعجزها قادنا إلى التساؤل عن البدائل الميتودولوجية القادرة حقيقة على العمل بها ضمن مختلف الظروف التي تحول دون العمل بآليات البحث المتعارف عليها، فكورونا سببت إحراجا كبيرا لمختلف الايديولوجيات ولمختلف البرادغمات لعجزها التام عن التأقلم مع ظروف الوباء، وهذا ما يثير فينا الإشكاليات التالية: ما هي البدائل الميتودولوجية والابستيمولوجية التي يمكن اعتمادها في صياغة معاني ومفاهيم جديدة تتماشى مع القيم الجديدة التي

فرضتها جائحة كورونا في العلوم الاجتماعية والإنسانية. وما هي انعكاسات الجائحة على قضايا الفرد والمجتمع؟

بقلم رئيس المؤتمرأ. **قاضي هشام**

الملحق رقم02 : أهداف ومحاور المؤتمر

أهداف المؤتمر:

- الوقوف على كيفية تعامل العلوم الإنسانية والاجتماعية مع جائحة (كوفيد19)
- الوقوف على انعكاسات وجائحة(كوفيد 19) على مختلف الأصعدة.
- إحياء روح البحث، في ظل العزلة والحجر الصحي والتباعد الاجتماعي لدى الباحثين.
- فتح مجال تبادل الخبرات والتجارب بين الباحثين من كل بلدان العالم في إدارة وضعية جائحة(كوفيد 19) .
- التأريخ العلمي للجائحة(كوفيد 19) من خلال جمع أعمال الملتقى في كتاب جماعي.

محاور المؤتمر: نستعرضها كما يلي:

❖ المحور الأول: العلم والفلسفة أي قراءة أثناء وبعد جائحة الكوفيد19؟

1. عواضل وتداعيات الجائحة مُدارسة علمية
2. الجائحة بمنظور ابستيمولوجي
3. قراءات فلسفية حول الجائحة
4. البيوتيقا: رؤية جديدة أثناء وبعد الجائحة
5. ميلاد المفاهيم المقلوبة(التباعد، الحجر) وثورة المعاني(السجون الناعمة، العدالة السائلة) في زمن الجائحة
6. اليومي بمنظور فلسفي في ظل الوباء

7. الفن والأدب الفلسفي في ظل الأوبئة / الجائحة
8. الهوية والايديولوجيا في زمن الجائحة
9. تغير القيم والرهان الاتيقي في ظل الجائحة .

❖ المحور الثاني: علم التاريخ رؤية جديدة بعد الجائحة

1. انعكاسات الجائحة(كوفيد 19) على علم التاريخ- رؤية جديدة
2. التأريخ للأوبئة عبر التاريخ
3. تاريخ الأوبئة في الجزائر
4. كيف نؤرخ للجائحة في ظل ظروف الوباء
5. الفقاعات التاريخية وانعكاسها على التاريخ في زمن الجائحة(كوفيد 19) وبعدها.

❖ المحور الثالث: علم الاجتماع رؤية جديدة بعد الجائحة

1. الدراسات الميدانية في العلوم الاجتماعية في ظل انتشار الأوبئة- التحديات والبدائل.
2. دور عالم الاجتماع في فهم تداعيات الجائحة.
3. انعكاسات الجائحة(كوفيد 19) على الدراسات في علم الاجتماع.
4. سوسيولوجيا الهامش وجائحة(كوفيد 19)
5. النظرية الاجتماعية وجائحة(كوفيد 19)
6. انعكاسات التباعد الاجتماعي على سيرورة الحياة الاجتماعية في الأسرة والمحيط الاجتماعي.
7. التفاعلية الرمزية وانعكاساتها على التحولات الاجتماعية
8. التحولات الاجتماعية والبُنى التواصلية الجديدة في زمن جائحة(كوفيد 19)
9. الثقافات البديلة في ظل انتشار الجائحة
10. جائحة(كوفيد 19) والانتقال من مجتمعات الوفرة إلى مجتمعات الاغتراب.
11. التنشئة الاجتماعية والنظام الأسري في زمن الجائحة(كوفيد 19) وبعدها.

❖ المحور الرابع: العلوم السياسية رؤية جديدة بعد الجائحة

1. الاتحاد الأوروبي أي اتحاد في ظل العزلة الدولية
2. انعكاسات الجائحة على المنظمات والهيئات الدولية

3. انعكاس الجائحة على مستوى العلاقات الدولية
4. تأثير الجائحة على الأزمات الدولية
5. علاقات طرفي الصراع- العربي الإسرائيلي في ظل الوباء
6. انعكاسات الجائحة على القوى الإقليمية والدولية
7. قراءات استشرافية للسياسات الدولية ما بعد الجائحة
8. الأمن السياسي ووسائله
9. السيادة الصحية للدولة في ظل الجائحة(كوفيد 19) وبعدها .
10. دور الجمعيات والمجتمع المدني في مواجهة الجائحة(كوفيد 19) وبعدها.

❖ المحور الخامس: العلوم الاقتصادية رؤية جديدة بعد الجائحة

1. انعكاسات الجائحة(كوفيد 19) على علم الاقتصاد- رؤية جديدة
2. موت العولمة أم نهضة جديدة لنظام اقتصادي جديد
3. الأمن الغذائي في ظل الغلق الدولي
4. النيو ليبرالية أي بدائل في ظل الجائحة؟
5. انعكاسات الجائحة(كوفيد 19) على المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة
6. التنمية المستدامة وقضايا البيئة في ظل انتشار الوباء
7. انعكاسات الجائحة(كوفيد 19) على اقتصاديات الدول النامية والدول الكبرى
8. تداعيات الجائحة(كوفيد 19) على الاقتصاد الوطني(الجزائر)
9. التجارة الإلكترونية الواقع، الصعوبات، الحلول
10. الأمن الاقتصادي وأدواته

❖ المحور السادس: علم النفس وعلوم التربية رؤية جديدة بعد الجائحة

1. انعكاسات جائحة(الكوفيد 19) على المسارات التربوية والتعليمية(سيرورة وتكفل)- رؤية جديدة.
2. تكافؤ الفرص وجودة التعليم(التعليم عن بعد وإشكالية التقويم...إلخ) في زمن جائحة (كوفيد 19).
3. التوافق النفسي والاجتماعي والأمن النفسي في زمن جائحة(كوفيد 19).
4. الانعكاسات النفسية والعقلية والتربوية في ظروف الحجر على الفرد والأسرة .
5. الانعكاسات النفسية والعقلية والتربوية في ظروف الحجر على المعلم والمتعلم .

6. الانعكاسات النفسية والعقلية والتربوية في ظروف الحجر والتباعد الاجتماعي على الفئات الخاصة.
7. انعكاسات الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي على الصحة العقلية للطفل والمراهق العاديين.
8. انعكاسات الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي على الصحة العقلية للطفل والمراهق من ذوي الاحتياجات الخاصة.
9. التعليم عن بعد الصعوبات والحلول(تجارب دولية).

❖ المحور السابع: علوم الإعلام والاتصال رؤية جديدة بعد الجائحة

1. تأثير جائحة(كوفيد 19) على علوم الإعلام والاتصال-رؤية جديدة
2. تأثير الجائحة على الصناعة الإعلامية
3. دور الإعلام في التوعية في مواجهة الوباء
4. الإعلام؛ صناعة الخوف أو المساهمة في مواجهته داخل المجتمعات في ظل جائحة(كوفيد 19)
5. استراتيجية الإعلام في معالجة الأزمات ما بعد جائحة(كوفيد 19)
6. الدور اللوجستي للاتصال في إدارة الأزمات ما بعد جائحة (كوفيد 19)
7. تقييم المسؤولية القانونية والأخلاقية للإعلام ما له وما عليه.
8. الرؤية القانونية والأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي لما بعد الجائحة
9. مستقبل إدارة المؤسسات الإعلامية ما بعد الجائحة
10. معايير الممارسة الإعلامية عبر البيئة الرقمية ما بعد الجائحة
11. التجارب المحلية والدولية في التعامل مع جائحة كورونا من منظور إعلامي

❖ المحور الثامن: العلوم القانونية رؤية جديدة بعد الجائحة

1. تأثير جائحة(كوفيد 19) على نظام العدالة والقضاء- رؤية جديدة
2. تأثير جائحة(كوفيد 19) على المواعيد في قطاع العدالة" بين القوة القاهرة وحالة الطوارئ الصحية
3. المحاكمة عن بعد في ظل جائحة(كوفيد 19)
4. الحماية القانونية للمستهلك في ظل جائحة(كوفيد 19)

5. تنفيذ الالتزامات القانونية في ظل انتشار الأوبئة
6. جائحة كورونا قوة قاهرة لاستحالة تنفيذ الالتزامات، وإنهاء علاقة العمل
7. حماية الحريات العامة وحقوق الإنسان في ظل انتشار الأوبئة
8. قانون الصحة الواقع والآفاق
9. إشكالية علاقة المؤجر بالمستأجر (المدنية/التجارية)في حالات الظروف القاهرة المشكلات والحلول
10. المعاملات التجارية الإلكترونية في ظل قواعد القانون الوطني والدولي
11. الجهود الدولية لمكافحة الأوبئة وفقا لقواعد القانون الدولي

❖ المحور التاسع: الأدب المحلي والعالمي رؤية جديدة بعد الجائحة

1. سؤال اللغة والبنية في ظل التأثير الكوروني
2. 1-جائحة كورونا والسوسيولسانيات(دراسات عن ازدواجية وثنائية اللغة في خطاب الوعي الاجتماعي)
3. جائحة كورونا والترجمة(إيجاد لغة تفاهم مشترك بين الشعوب)
4. جائحة كورونا والمعجم
5. فيروس جائحة(كوفيد 19) والعدوى الأدبية
6. الأدب في زمن الكوارث الصحية
7. الأدب والأوبئة بين التأثير والتأثر
8. أدب الأوبئة بين الماضي والحاضر
9. الأدب والإبداع في زمن الأوبئة بصفة عامة وفي زمن الكوفيد- 19 بصفة خاصة
10. مستقبل الأدب في عالم ما بعد الجائحة
11. سؤال الإبداع والثقافة والأدب في زمن الجائحة
12. 1-الأدب الكوروني بأقلام المبدعين
13. إبداع المرأة في زمن الأدب الكوروني
14. الأدب الذكوري في زمن الجائحة
15. الأدب الروائي في زمن الجائحة
16. الأدب المسرحي في زمن الجائحة
17. الأدب القصصي في زمن الجائحة

18.الشِّعر في زمن الجائحة

19.أدب القصة القصيرة في زمن الجائحة

20.الأدب الكوروني وثقافة الأجناس الأدبية

21.اللغة واللسانيات في زمن الجائحة

22.أدب الطفل في زمن الجائحة

23.الرقمنة الأدبية في زمن الجائحة

24.الفنون الجميلة في زمن الجائحة.

الملحق رقم 03: قائمة أعضاء اللجنة العلمية للمؤتمر



اللجنة العلمية للمؤتمر:

رئيس اللجنة العلمية: د. رحيمة شرقي			
الاسم ولقب والدرجة العلمية	جامعة الانتماء	الاسم واللقب والدرجة العلمية	جامعة الانتماء
أ/د.قلامين صباح	جامعة خميس مليانة	د. مراد ميلود	جامعة قسنطينة 03
أ/د. بوضياف نادية	جامعة ورقلة	د.عمار ميلاد نصر	جامعة سرت ليبيا
أ/د.سامية شهبي قمورة	جامعة ستراسبورغ فرنسا	د.هوام نسيم	جامعة غرداية
أ/د.أحمد عطار	جامعة تلمسان	د.لوني نصيرة	جامعة البويرة
أ/د.ع.العزيز الظاهري	جامعة محمد الخامس المغرب	د.لبنى ذياب	جامعة سطيف02
أ/د.العقبي لزهر	جامعة بسكرة	د.علي عبد الأمير عباس فهد الخميس	جامعة بابل العراق
أ/د.لعلى حكيمة	جامعة المحمدية المغرب	د.فاطمة أنهيشم	جامعة محمد الخامس المغرب
أ/د. عبد الله الشقير	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية	د.تومي فضيلة	جامعة ورقلة
أ/د. وازي الطاوس	جامعة ورقلة	د.جابري دلال	جامعة سوق أهراس
أ.د دواح أحمد	المركز الجامعي مغنية	د.دباب زهية	جامعة بسكرة
أ/د. حسن منديل حسن	جامعة بغداد	د.عزيز سامية	جامعة بسكرة
أ/د. شيكو أمينة	المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة	د.قودة عزيز	جامعة ورقلة
أ/د.طويل فتيحة	جامعة بسكرة	د. عريف عبد الرزاق	جامعة ورقلة
د. أم الخير عثماني	جامعة خميس مليانة	د. جبالة محمد	جامعة معسكر
د. غازي محمد	جامعة بوزريعة الجزائر	د.حيدوسي الوردي	جامعة بسكرة
د. كراش ابراهيم	جامعة ورقلة	د.فتاحين موسى	جامعة خميس مليانة
د.بن قويدر عاشور	جامعة ورقلة	د.أحمد محمد عبد المنعم عطية	جامعة القاهرة
د.بوصالحيح حمدان	جامعة الجلفة	د.لقرع مريم	جامعة الجزائر 03
د.بكيري محمد أمين	جامعة خميس مليانة	د.صالي محمد	جامعة ورقلة
د.مبارك أحمد	جامعة خميس مليانة	د.برابح عمر	جامعة ورقلة

د.رضوان بلخيري	جامعة تبسة	د. أيمن فريد	سوق أهراس
د. دراوي محمد	جامعة خميس مليانة	د.مبروك مريم	جامعة البليدة
بن عزوز فطيمة	المركز الجامعي مغنية	د.عبيدي فا. الزهراء	جامعة عنابة
د.سلفاوي أم الخير	م ب ع ت ت اللغة العربية /وحدة ورقلة	د. بلغيث بلقاسم	جامعة تونس
د.برنو توفيق	جامعة معسكر	د.مصمودي نصر الدين	جامعة بسكرة
د.المنصف المحواشي	جامعة صفاقس تونس	د.عويش فيروز	جامعة بسكرة
د.قني سعدية	جامعة الوادي	د.غنية بن عبد الله	لمركز الجامعي تيبازة
د.مريم يحي عيسى	جامعة باتنة	د.أسماء بن عيسى	عين تمونشنت
د.عبد الكريم مأمون	المركز الجامعي افلو – الاغواط	د.سامية عدايكة	جامعة الوادي

الملحق رقم 4 : توصيات المؤتمر

توصيات المؤتمر:

لقد خرجت اللجنة المكلفة بصياغة حوصلة التوصيات التي تقدم بها المشاركون في المؤتمر تم التركز فيها على:

أولا: تقديم الشكر الجزيل لمنظمي المؤتمر وكل المساهمين في نجاح هذه التظاهرة العلمية، والتي سمحت للعديد من الباحثين من داخل وخارج الوطن، بالالتقاء عبر الفضاء الأزرق لتبادل الخبرات والتجارب في ظروف جائحة كورونا، مع التنويه بالاحترافية والجدية التي سادت والتمسها المشاركون في فعاليات المؤتمر على كل المستويات التنظيمي والتقني والإعلامي والأكاديمي .

ثانيا: ضرورة تأسيس لجان متخصصة في متابعة ودراسة الانعكاسات الناجمة من الجائحة على الفرد من الجانب البدني والعقلي والنفسي والانفعالي والاجتماعي، وكذا انعكاسات الجائحة على المجتمع في الجانب السياسي والاقتصادي والثقافي الاجتماعي.

ثالثا: وتمحور حول التأكيد على تشجيع مجال البحث عن الحلول عبر تشجيع فرق ومخابر البحث المتخصصة لتركيز بحوثها الحالية على اقتراح استراتيجيات وقائية أو علاجية للتكفل بمجالات متعددة موجهة للفرد وللمجتمع على حد سواء.

رابعا: الاهتمام بشكل فعال في مجال سن القوانين وتفعيلها والتي تكون ذات الصلة باستخدام تكنولوجيا التواصل، وخاصة المتعلقة بالمسؤولية القانونية في

بث المعلومات واحترام خصوصية الأفراد والجماعات(في الظروف العادية وفي الأزمات).

خامسا: التأسيس لقواعد التربية الإعلامية في الظروف العادية وفي ظروف الأزمات في المؤسسات الإعلامية وكل مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

سادسا: تكثيف الحصص الإعلامية سواء المسموعة أو المرئية المقدمة من طرف المختصين لتوضيح المسائل المتعلقة بإدارة أزمة.

سابعا: إدراج- ضمن برامج التكوين- مقياس يدرس فيه جانب إدارة الأزمات والتدخل السريع حسب التخصصات والإجراءات التى يجب مراعتها في الأزمات وفي الظروف الاستثنائية سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو التربوي التعليمي أو الصحي ... إلخ

ثامنا: مواصلة النشاطات المتعلقة بتنظيم التظاهرات العلمية التي تعالج إشكالية التعايش مع التحديات الراهنة على غرار جائحة كورونا.

تاسعا: تنظيم الطبعة الثانية للمؤتمر لمتابعة تداعيات الجائحة، مع اقتراح دورات تكوينية على هامش المؤتمر تعنى بمناقشة وتوضيح مواضيع ذات الصلة بموضوع المؤتمر موجهة للمختصين وللجمهور العريض على حد سواء .

عاشرا: التأكيد على أهمية توثيق أعمال المؤتمر ونشرها في أعداد خاصة أو إصدارات متخصصة تشرف علىها مؤسسة دار خيال للترجمة والطباعة.

الجزائر :24 ديسمبر 2020

الفهرس